



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de titulación previo
a la obtención del Título de
Licenciado en Comunicación Social
Mención Periodismo.**

TEMA:

**Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación para Radio
Universitaria en la Universidad de Cuenca**

AUTOR:

Raúl Rolando Rodas Cárdenas

TUTOR:

Mgt. Wilson Orlando Gárate Andrade

Cuenca - Ecuador

2016

RESUMEN

El proyecto: *“Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación para Radio Universitaria en la Universidad de Cuenca”*, partió de un análisis conceptual de la radio desde su pre producción, producción, programación y promoción.

En la actualidad la radio busca nuevos proyectos y planes de trabajo que permitan mejorar su funcionamiento y dirección. Para entender su posicionamiento actual, se realizó entrevistas a profundidad a los docentes de la Carrera de Comunicación Social, buscando respuestas cualitativas para determinar factores de gran importancia, partiendo de su criterio sobre su visión general de la radio, estrategias actuales de posicionamiento y como éstas podrían mejorar. Además se efectuó un cuestionario a estudiantes de quinto y séptimo ciclo de periodismo, que asisten a asignaturas de radio, con preguntas abiertas y cerradas que fueron tabuladas para comprender sus criterios respecto al proyecto, también se hizo una entrevista a los actuales encargados de la Radio y a su Director, así se contrastó su perspectiva de cómo se encuentra este medio según su punto de vista.

Con las respuestas obtenidas se procedió a establecer las principales falencias y fortalezas tomando en cuenta los criterios de estudiantes, profesores y directivos, de esta manera se encontró puntos claves que necesitan ser revisados por parte de todos los involucrados en la Carrera de Comunicación Social.

Se construyó el Plan de Comunicación y la Propuesta de Mejoramiento, que parte de una necesidad de cambios de profesores y alumnos, demostrando a las autoridades principales de la Universidad, el trabajo que se está realizando, y así involucrarlos en su participación para convertir a la Radio Universitaria en una entidad organizada y correctamente estructurada. A medida que se revise la propuesta y todo el análisis, se puede constatar falencias y posibles soluciones dentro de la Radio en Línea.

PALABRAS CLAVES

Radio en línea, Producción radiofónica, Actuar, Involucrar, Cambiar, Promocionar.

ABSTRACT

The project: *"Communication Plan and Proposed Innovation for University Radio at the University of Cuenca"*, started from a conceptual review of the radio from pre production, production, programming and promotion.

Today the radio searches new projects and work designs to improve its operation and management. To understand its position, depth interviews was conducted to teachers of the School of Social Communication, seeking qualitative responses to determine very important factors, based on their judgments of their overview of the radio, current positioning strategies and how these they could improve. In addition a questionnaire was made to fifth and seventh cycle journalism, they goes to courses in radio, with quantitative and qualitative questions were tabulated to understand its position on the draft, an interview was also made to the current charge of the Radio and its director, and his perspective on how is this medium according to your point of view contrasted.

With the responses, proceeded to establish the main weaknesses and strengths taking into account the three criteria, so key points that need to be reviewed by all involved in the Race of Social Communication were found. Communication Plan and Proposed Improvement, part of an ideological change of teachers and students, showing the main authorities of the University, the work being done, and so get them involved in their participation to turn the Radio was built university in an organized and properly structured entity. As the proposal and review all the analysis, it can be seen shortcomings and possible solutions within the Online Radio.

KEYWORDS Online radio, Radio Production, Acting, Engage, Change, Promote.



ÍNDICE

Introducción.	10
-----------------------	----

Capítulo 1

La Radio En Línea.	15
1.1 Producción, Realización y Programación de Radio.	16
1.2 La Pre producción.	20
1.3 La Producción.	21
1.4 El proceso de producción radiofónica.	22
1.5 El guión radiofónico.	23
1.6 El proceso de producción de un servicio informativo.	26
1.7 El investigar para la producción.	27
1.8 La realización.	30
1.9 La construcción de un programa.	31
1.9.1 La audiencia.	32
1.9.2 La programación.	34
1.12 El nombre del programa: La identidad.	37
1.10 Modelos de administración de Radio En Línea.	38
1.10.1 Teoría general de los sistemas en la organización radial.	39
1.10.2 Los sistemas en la radio.	39

Capítulo 2

La radio, un compromiso de estudiantes y profesores.	41
2.1 Los catedráticos y su vinculación con la Radio En Línea.	41
2.2 El actuar de los estudiantes en la Radio en Línea.	49
2.2.1 Antecedentes de la radio En línea.	50
2.2.2 La programación de la Radio Universitaria.	51
2.2.3 La radio y sus características, personal, ubicación y su publicidad.	52
2.3 El actuar de los estudiantes en la radio en línea, el cuestionario.	53
2.4 Análisis de sílabos y planes de clase.	61
2.4.1 Géneros y formatos de radio.	62
2.4.2 Producción radial.	63
2.4.3 Radio educativa y ciudadana.	65



2.4.4 Radio en línea.	67
2.4.5 Documental radial.	68
2.5 La radio como un laboratorio práctico.	70
2.6 La red de radios universitarias del Ecuador.	71
2.7 Sobre el director de la radio universitaria.	72
2.8 El laboratorio de audiovisuales y la prestación de equipos.	74
2.8.1 Sobre los Docentes.	74
2.8.2 Sobre los estudiantes.	75
2.8.3 Sobre la prestación de equipos.	76
2.9 La radio digital y la democratización de la palabra.	76
2.10 La transmisión digital del audio.	77

Capítulo 3

Plan de comunicación y propuesta de innovación.	79
3.1 El Plan de Comunicación y la Propuesta de Innovación y Mejoramiento.	79
3.2 Foda de la Radio Universitaria.	79
3.3 La contextualización.	81
3.4 Objetivo General.	81
3.5 Objetivos específicos.	82
3.6 Definición de público objeto.	82
3.7 El mensaje.	82
3.8 Target radial para el plan de comunicación.	83
3.9 Estrategias y acciones en el plan de comunicación.	84
3.10 Los sistemas de control.	86
3.11 Estrategia de posicionamiento como herramienta del plan de comunicación, producción y realización de contenido.	86
3.12 Cronograma de actividades a realizarse en la radio universitaria de la Universidad de Cuenca.	94
4 Conclusiones y Recomendaciones.	96
Bibliografía.	100
Anexos.	102



Raúl Rolando Rodas Cárdenas, autor del proyecto de investigación "Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación para Radio Universitaria en la Universidad de Cuenca", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Comunicación Social Mención Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, octubre de 2016

Raúl Rolando Rodas Cárdenas
C.I: 0105621288

Autor: Raúl Rolando Rodas Cárdenas



Raúl Rolando Rodas Cárdenas, autor del proyecto de investigación “Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación para Radio Universitaria en la Universidad de Cuenca”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, octubre de 2016

Raúl Rolando Rodas Cárdenas
C.I: 0105621288

Autor: Raúl Rolando Rodas Cárdenas



DEDICATORIA

A mis hijos Jorge Andrés, Esteban David e Ian Santiago, los tres motores de mi vida, gracias Dios por poner en mi camino a mi esposa Doris Paulina, quién ha sido el mejor regalo que la vida pudo darme, ¡lo logramos mi amor! Susy mi querida hermana, gracias a ti empezó algún día esta meta. A ti mamita Rosa, tu eres ese pedacito de cielo que me da luz y vida.



AGRADECIMIENTO

A mi tutor del proyecto, Mgt. Wilson Gárate Andrade, quién me apoyo pacientemente en este proyecto investigativo, gracias profesor por toda su colaboración por hacer posible esta meta de mi vida. Agradecido infinitamente con Dios por haberme dado la oportunidad de cumplir una meta más de mi vida profesional.

INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en un mundo cambiante, los avances tecnológicos, modifican la cultura de la sociedad, dando un aporte a la comunicación mediática, lo que nos obliga a estar en un sistema donde la actualización es sumamente importante.

El siguiente proyecto: *“Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación para Radio Universitaria, en la Universidad de Cuenca,”* expone una planificación para alcanzar objetivos planteados, sacando provecho de todas las herramientas disponibles, y convertirse en un pilar fundamental, en este caso, no solo para la Carrera de Comunicación Social, sino para toda la Universidad.

El Plan de Comunicación y la Propuesta de Innovación, son necesarios, ya que la Carrera es un medio de preparación en el área radial y en la actualidad en los medios digitales, la infraestructura interna busca que los estudiantes dispongan de recursos profesionales a través de la práctica, para ser actores principales en la Radio en Línea, dentro de su programación, producción, difusión y promoción.

Si bien es cierto se cuenta con un medio radial de espacio digital, el mismo que requiere posicionamiento dentro de la propia Universidad, por ello, se analizó cuales son las deficiencias que tiene este medio para proponer el uso adecuado, acorde a cátedras actuales y al pensum de estudio de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Cuenca.

Se considera importante incluir la opinión de los estudiantes a este proyecto, que cursan las asignaturas de radio en quinto y séptimo ciclo de periodismo, quienes respondieron un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, para encontrar el punto de asociación entre sus estudios teórico prácticos y su participación en la Radio Universitaria.

En el capítulo 1, se analizan los procesos teóricos en la pre producción, producción y programación de una radio, se reconoce la importancia de un guión y de un género radiofónico, se establece la necesidad de que cada programa radial conserve y tenga una identidad, se analiza cómo debería estar estructurada una

administración radial, también se toma en cuenta el proceso de producción radial, la investigación periodística como punto fundamental del trabajo periodístico y la construcción de programas.

En el capítulo 2, se analiza el actuar de los estudiantes en la radio universitaria, la cual fue analizada por un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas, para obtener información que nos permita proponer un Plan de Comunicación, se analiza, mediante entrevistas, la opinión de los profesores de radio y de la Carrera de Comunicación Social, Magister Hugo Guillermo Ríos, Magister Fernando Ortiz, Magister Francisco Córdova, entrevista al Director de la Radio Universitaria: Magister Wilson Gárate Andrade y al actual estudiante Coordinador de la Radio: Henry Gutama, quienes brindaron información, sobre las posibles falencias y fortalezas de este medio; En este mismo capítulo, se menciona información sobre la Radio, su historia, sus inicios, y su posición actual. Como dato adjunto se entrevistó a Jammil Bustán, quién conformó parte de los alumnos que continuaron el proyecto de Radio En Línea.

Se detalla información acerca de La Red de Radios Universitarias, la democratización de la palabra y la transmisión del audio a través del sistema DAB, un programa diseñado para obtener receptores tanto de uso doméstico como portátiles para la difusión de audio terrestre y satelital.

En el capítulo 3, se presenta la Propuesta de Innovación, Mejoramiento y un Plan tentativo de Comunicación a seguir, para cumplir nuevos objetivos de la radio, que vieron luz a través del análisis de todo el proyecto investigativo. A más de ello, se entrega una propuesta de mejoramiento como herramienta del Plan de Comunicación, Producción y Realización de Contenidos.

Se propone a la Radio como una entidad de participación constante en la Universidad, la misma que se encargaría de la difusión de información principal con respecto a cronogramas y actividades de todas las Facultades.

Al convertir la Radio en una entidad, se necesitará personal, principalmente un delegado que difunda toda esta información y conforme equipos que sean preparados para cubrir periodísticamente todas las actividades de la Universidad.

Si bien es cierto, el actual director ha presentado proyectos ejecutados con participación de estudiantes, acorde a la radio, pero considero que este trabajo necesita el apoyo de un equipo destinado exclusivamente al manejo de ella y sus propuestas que surgen cada día, debido a la variedad de alumnado que se presenta cada ciclo de estudio.

El elemento humano de la radio estaría conformado principalmente por estudiantes de la Carrera de Comunicación, y abierta a todo aquel que desee formar parte de esta nueva entidad, como representantes y directivos de las diferentes Carreras, quienes acatándose al reglamento interno del uso de los laboratorios de radio, serán los encargados de promover la radio y a su vez convertirse en sus principales actores de promoción de la nueva entidad participativa.

También se lograría dar realce a los proyectos internos que realiza la Radio Universitaria como es el Proyecto de Cooperación con la Sociedad de No videntes del Azuay SONVA, que a partir del año 2014 brinda apoyo estudiantil y logístico en la producción y realización de la línea de radio.

Sería indebido ver a la radio, solo como parte de la Carrera de Comunicación, ya que los propósitos que se llevan a cabo afuera de ella, han dado resultados positivos, su importancia se ha dado en el proyecto del Centro de Rehabilitación Social Turi, que a partir de enero del año 2016 cumple un programa de cooperación en producción, realización, programación y promoción del programa Voces del Alma, también a partir de abril de este año su compromiso se extiende al programa Sueños Infinitos "Colores Musicales" realizado por internas del Centro de Rehabilitación Social Turi y en la actualidad en el mes de septiembre y octubre del 2016 se trabaja en la producción del programa "Camino de Libertad" en el mismo C.R.S. Turi con los miembros de máxima seguridad.

En la actualidad, la Radio en Línea cuenta con interesantes proyectos, los cuales, bajo la tutela del Director de la Radio, han tomado forma, pero de acuerdo al

Magister Wilson Gárate, ha existido el interés de un grupo minúsculo de estudiantes interesados que podría ser mayor y más significativo.

En este proyecto de investigación se plantea una mejor promoción de los proyectos de la radio por medio de la difusión de contenidos, como la presentación semanal de cronogramas y actividades, promoción por redes sociales, contar con el apoyo principal de los profesores de las cátedras, quienes colaborarían con la radio.

También forma parte de la propuesta de innovación y mejoramiento, la creación de concursos internos dentro de la Carrera, como es la inclusión de radionovelas, basado en la producción e investigación periodística por parte de los estudiantes a los internos del Centro de Rehabilitación Social Turi, así se lograría involucrar al estudiante en este proyecto y se motiva a los internos privados de libertad a compartir sus experiencias a través de la producción de radio que serían transmitidos en su espacio radial, cada estudiante que participe con su realización será participe de la promoción y difusión de dicho segmento.

Los nuevos estudiantes de comunicación social, en el área radial, se encuentran en una generación tecnológica, que provoca que la radio se vea como un último recurso de información y una herramienta de producción, como menciona en la entrevista que se realizó al Magister Fernando Ortiz *“la tecnología hace que todos tengan acceso a la difusión de información, es donde los periodistas tendremos la labor de mejorar la comunicación social”* es decir, la radio no está entre los principales gustos de los estudiantes de comunicación social, debido al gran avance tecnológico, o como menciona Magister Wilson Gárate, Director de la Radio *“ahora, los profesores tenemos que enfrentarnos a estudiantes de comunicación social, que no escuchan radio ”* esto origina que se replantee los métodos de aprendizaje en la Carrera de Comunicación y se revisen los sílabos de las cátedras de radio, donde se debe incrementar más horas prácticas, que deben ser llevadas de la mano de la teoría, como indicó el Magister Francisco Córdova *“el docente debe practicar la teoría y teorizar la práctica”* así se involucra al estudiante en la práctica dentro de la malla, y se evita repeticiones de ítems que se encontraron al analizar los sílabos de las asignaturas. Se propone entonces, un replanteamiento



del sílabo de cada asignatura, contemplando las necesidades de los estudiantes ante la era digital.

Se puede concluir que toda entidad de comunicación social, necesita siempre de una estrategia de innovación y actualización, la radio en línea al formar parte de una Universidad de categoría A debería contar a menudo con ideas nuevas que mejore su posición ante el oyente. Motivando así a los estudiantes de periodismo a explotar en la vida profesional sus conocimientos prácticos y teóricos.

CAPITULO 1

La Radio en línea

Cuando hablamos de radio, hablamos de un medio de comunicación tradicional, que ha pasado por una metamorfosis, mediante la cual su principal momento ha sido la adaptación a los nuevos modelos digitales. Es entonces cuando se desliga de su AM y FM y comienza la aparición de los nuevos sistemas radiales “En línea”.

Cabe recordar que la radio estuvo presente desde 1888, cuando Heinrich Rudolf Hertz pensó como crear artificialmente las ondas magnéticas descritas por Maxwell, llevando prácticas de emisiones y recepciones, analizando sus características físicas, mediante la creación de aparatos receptores y emisores con bobinas e impulsos eléctricos y barras metálicas circulares, que resonaban los campos magnéticos originados en las barras emisoras, comprobando y afirmando que las ondas electromagnéticas se propagaban a la velocidad de la luz, características similares a las ondas de luz, sentando así las bases para el envío de señales de radio, (Tesla, 01) es así que en la noche buena de 1906, el inventor canadiense Reginald Aubrey Fessenden transmitió desde Brant Rock Station (Massachusetts) la primera radiodifusión de audio de la historia. Buques en el mar escucharon a Fessenden tocar el violín, y leyendo un pasaje de la Biblia (Newspaper, 18).

Desde entonces, la radio es parte de nuestras vidas y de nuestro quehacer diario de manera directa o indirecta, ya que las primeras transmisiones regulares para el entretenimiento comenzaron en Argentina el 27 de agosto desde la azotea del Teatro Coliseo de Buenos Aires, la Sociedad Radio Argentina, transmitió la ópera del compositor, director de orquesta y teórico músico alemán Richard Wagner, Parsifal, un festival sacro con música y libreto, un poema épico medieval del siglo XIII sobre la vida de este caballero de la corte del Rey Arturo y su búsqueda del Santo Grial (la copa utilizada por Jesucristo en la última cena) (Martin Triana, 14) comenzando así con la programación de la primera emisora de radiodifusión del mundo.

Rudolf Arnheim, teórico y psicólogo del arte es uno de los primeros estudiosos que ha dedicado su atención al estudio del universo sonoro, en particular del medio radiofónico. Llama la atención la fecha temprana (1936) de la publicación de su libro en Londres, y que llevaba por título “*La radio*” donde Arnheim subraya la importancia de este nuevo lenguaje, caracterizado por dar mucha libertad imaginativa al oyente:

“En todo caso, la radio no sólo ofrece al radioyente la posibilidad de concentrarse en las palabras y en la música, sino que le permite dejar vagar sus pensamientos todo lo lejos que desee. El sonido no se encuentra unido a un lugar determinado de una imagen: sigue al oyente allá donde vaya, lo cual hace que los programas radiofónicos puedan servir de decorado sonoro a las actividades de la vida cotidiana” (Arnheim, 1980)

1.1. Producción, realización y programación de radio.

En la actualidad, la radio se basa en redes que ofrecen la posibilidad de que las emisoras “en línea” puedan surgir de núcleos diferentes a los grupos de comunicación, asociaciones, instituciones, universidades y en general colectivos que hasta ahora no podían acceder a este medio, encuentran en internet la plataforma para convertirse en emisores de sus propios productos radiofónicos con nuevos programas y nuevos lenguajes. Actualmente todas las emisoras de radio con un mínimo de relevancia cuentan con su propia página web.

El internet se ha abanderado como la nueva plataforma para la radio difusión, debido a las ventajas que aporta y a la facilidad con que podemos acceder a las distintas emisoras, desde receptores de uso cotidiano como son los nuevos teléfonos móviles inteligentes. (Pérez, 2013)

La tecnología ha sido y será el gran aliado de la radio, pero también es una gran competencia, algunas características que diferenciaban la radio de los demás medios de comunicación eran la propagación y la movilidad, estas singularidades influían directamente en su éxito entre la audiencia, porque ofrecía unas condiciones de escucha con las que no podían competir ni la prensa ni la televisión.

Pero estas particularidades dejaron de ser exclusivas de la radio con la llegada de Internet, que introdujo la posibilidad de una comunicación globalizada, instantánea y accesible (Corredoira, 1999). Ahora todos los periódicos y televisiones disponen de páginas web a través de las que ofrecen contenidos en condiciones de acceso similares a la radio: Actualizan permanente la información y dan la posibilidad de consulta universal. Así, de repente la radio se encuentra en un escenario donde tiene que competir con otros soportes, algo impensable hace pocos años.

La radio estaba en desventaja con respecto a la prensa y a la televisión, que siempre han tenido un trato preferente por parte de los empresarios de la comunicación (Soler, 1998).

La radio no es ajena a la renovación tecnológica (Merayo, 1996). A lo largo de su historia ha asimilado con naturalidad varios procesos de cambio, como la informatización de las redacciones a finales de los años 80 y principios de los 90 (Olmo, 1995). Pero la llegada de internet supuso una transformación integral y afectó a todo el sistema, modificando o dejando inservibles muchas de las funciones del organigrama clásico (Aguinaga, 2002), especialmente todo lo referente al proceso de producción de la información.

El nuevo escenario marcado por Internet y por la digitalización dejó a la radio sin la exclusividad de algunas de sus principales armas, que pasaron a formar parte de la oferta multimedia de los demás soportes (Vidales L. , 2005)

También el paso de la radio analógica a la digital se gestionó, en la mayoría de los casos, desde una óptica estrictamente tecnológica (Vidales L. , 2000), olvidando que la nueva situación requería también una actualización de los contenidos.

Los cambios tecnológicos llevan implícitos cambios estructurales que afectan al funcionamiento de las emisoras desde diversas ópticas: acceso más rápido a las fuentes, opciones de incorporar nuevos formatos, mayores posibilidades de participación de la audiencia en espacios radiofónicos, y agilidad y simplificación en los procesos de producción de la información. Pero estas ventajas implican también

una mayor competencia porque al aumentar las posibilidades aumenta la oferta (López, 2011).

Además, la tecnología también conlleva a la dependencia que exigen una renovación periódica a corto plazo. Buena parte del éxito de las emisoras de radio dependerá de la capacidad para adecuar estructuras de forma coherente a una oferta viable y novedosa, suponiendo una alternativa a lo que ya existe en el mercado que sea capaz de atraer la atención y cautivar a un sector concreto de la audiencia.

Se busca lazos consolidados entre la tecnología y la creatividad, se enfrenta y se da respuesta a los retos que plantea la radio actual que serán los que sienten las bases de la radio del futuro (Costa M. , 1997). La tecnología tiene dos dimensiones que deben ser explotadas de forma óptima y complementaria: La funcional que facilita las condiciones necesarias para la emisión e influye en todos los procesos que afectan al acceso y al tratamiento de la información, y la innovación de los formatos que posibilitan nuevas formas de narrar y de transmitir.

Según Mariano Cebrián Herreros, la tecnología también ha diversificado y multiplicado las posibilidades de emisión y de escucha de la radio a través de otros soportes como los ordenadores y los teléfonos móviles (Herreros C. M., 2008).

Entonces, la radio es un proceso un espacio guiado y previamente estructurado para que su funcionamiento, emisión y recepción contengan lo que busca en sus objetivos, al hablar de objetivos nos encontramos que la radio y cada una de sus partes se encuentran dentro de un sistema. (Gancedo, 2014)

Por ejemplo, en Cuba la constitución del Instituto Cubano de Radio y Televisión, organismo rector de esta actividad, constituye un sendero decisivo para el surgimiento de un nuevo Sistema Nacional de Radio, integrado por las emisoras nacionales, provinciales y locales existentes en Cuba, cuyo funcionamiento responde a una dirección administrativa estructurada desde el nivel nacional hasta la base. Este cambio experimentado a partir de ese momento en la organización de las emisoras de radio, permite que se instalen relaciones distintas, no de forma

espontánea sino de expresiones constantes, planificadas y homogéneas. Ahora, las emisoras radiales de Cuba, a pesar de estar distribuidas, pueden formar parte de una cadena y convertirse en una sola planta, ya que responden a una misma política.

La organización interna de emisoras integradas por distintos departamentos que ejecutan diversas funciones conlleva el funcionamiento de una estación radial. Estos elementos cuando interactúan forman un sistema menor. Pero, cada departamento actúa con otro sistema más pequeño que hace posible el logro de metas y objetivos en la emisora a corto, mediano y largo plazo. (Vivaldi, 1973)

Martín Vivaldi, un periodista, escritor, profesor y catedrático español, expresó: *“Si queremos saber lo que sucede en el mundo en un momento cualquiera del día o de la noche, bastará con que nos dispongamos a escuchar el correspondiente boletín de noticias radial, de cualquier emisora del mundo (...) si deseamos ver alguna imagen ilustrativa de lo que está sucediendo o ha sucedido usamos el televisor a las horas habituales de su telediario, esto satisfará nuestro deseo. Pero si de verdad queremos enterarnos a fondo o del modo más complejo posible del acontecer mundial, nacional o local, no tenemos más remedio que acudir al periódico diario”* Las relaciones del entorno con los sistemas de radio, influyen en el funcionamiento de estos sistemas, y por eso resulta necesaria la existencia de cierto equilibrio entre la regulación y la autorregulación, para lograr condiciones favorables que contribuyan al desarrollo constante del sistema.

La radio, como medio de difusión masiva, responde al interés de la sociedad, sus características parten desde la cotidianidad, ya que mientras se escucha la radio, se puede realizar actividades de manera simultánea.

“Para hacer radio, se tiene que responder tres simples preguntas: ¿Qué emitiré? ¿Para quién lo emitiré? y ¿Cómo lo emitiré?, estas reglas de oro están relacionadas entre sí y son consecuencia de las características de la radio”(Vitoria, 1998)

Mariano Cebrián Herreros identifica a la radio como una parte más íntima de la sociedad, ya que el oyente puede imaginarse que el locutor está hablando específicamente con él o ella. “Se pasó de una radio de uso familiar y grupal a otra cada vez más de uso individualizado”(Herreros M. C., La mediación técnica de la información radiofónica, 1983)

La compatibilidad del mensaje radiofónico con una diversidad de tareas ejecutadas por el receptor, obliga al que hace radio a enviar su mensaje más conciso y sencillo posible, ya que la atención de su público está habitualmente dividida.

1.2. La pre producción

Durante la pre producción o la etapa previa a la construcción de un programa debemos organizarnos y tener claro: Qué queremos hacer, cómo lo vamos a hacer, a través de qué medios (fuentes, documentación, etc.) y respondernos, como productores lo siguiente:

- 1.- ¿Qué fuentes informativas utilizamos? Propias, diarios, cables, otros materiales gráficos, entrevistas, archivos, etc.
- 2.- ¿Hemos armado una agenda de producción?
- 3.- ¿Con qué criterio seleccionamos los temas, noticias, temáticas y entrevistados?
- 4.- ¿Qué usamos: libreto, guión o pauta? ¿Cómo y por qué lo definimos?
- 5.- ¿Usamos movileros y comunistas? ¿Qué rol juegan en el conjunto?
- 6.- ¿En qué grado se ha respetado los roles asumidos? ¿Hubo conflictos, confusión, o problemas organizativos?

Algo importante sobre la fase de pre producción es la planificación para evitar que el periodista *improvis*e durante su puesta al aire, improvisar, según la Real Academia Española es “hacer una cosa, sin estudio ni preparación”(Española, 1992) no improvisar en radio significa elaborar previamente un guión, una guía de los puntos a tratar en el programa. Significa también establecer un objetivo claro de lo que el público conocerá, aprenderá y disfrutará, se debe organizar antes de salir al aire. No improvisar en la radio, significa investigar los tópicos que se transmitirán, por esta razón existe la llamada ley del menor esfuerzo del oyente, donde se parte

de la idea de que la radio es un medio auditivo fugaz, donde debemos presentar pocas ideas contenidas en el mensaje radiofónico.

Mariano Cebrián Herreros, analizó el ¿cómo emitir? mediante el montaje radiofónico índice, respetando la máxima fidelidad, reduciendo el tiempo radiofónico a lo inferior y ampliando versiones, con material que corrobore lo informado (Herreros M. C., La mediación técnica de la información Radiofónica, 1983)

1.3 La producción

La producción integral de programas de radio, se basa desde los modelos tradicionales de radio que buscan la consecución de objetivos mediante el análisis de sus procesos para dar a su público objetivo la evasión del conocido zapping. (Holgado, 2011, mayo)

Al momento de escoger una estrategia para salir al aire son muchos los factores a tener en cuenta:

- La audiencia a quien nos vamos a dirigir.
- Posibilidades técnicas: ¿Con qué contamos? (grabadores, micrófonos, productores, etc.)
- Temática a trabajar.
- Horario para salir al aire
- Duración

En el programa radiofónico se incluye el proceso de creación con un punto de partida que es la idea: ¿Qué idea tengo planeada? Y ¿Qué quiero hacer? Esta idea a la vez tendrá su fundamentación y origen ¿Por qué se quiere hacer? La estructura, el género, el estilo y el formato estarán supeditados a esa idea.

Cada programa debe definir cuál es el objetivo general del ciclo y cuál es el objetivo particular en cada salida al aire.

1.4 El proceso de producción radiofónica

El proceso de producción radiofónica se inicia con el conocimiento y el manejo de su materia prima, el sonido.

El sonido es el registro en el cerebro del hombre de un fenómeno o hecho que ocurre en el mundo que rodea al oyente. Por lenguaje se entiende el sistema de signos con lo que el ser humano manifiesta lo que siente o lo que piensa. El lenguaje radiofónico es el conjunto de elementos que intervienen en la radio para crear imágenes.

Nos encontramos con la necesidad de repasar las características básicas de este medio que influyen de forma directa en la manera de trabajar de todos los que integran la plantilla de una emisora. La audiencia de la radio es grande, aunque es una influencia de lento recorrido, que necesita tiempo.

La característica principal de la construcción de los textos radiofónicos se identifica solo cuando al oyente le llega lo que uno piensa, lo que siente, nuestro nivel de oyentes y nuestro nivel de mensaje debe darse acorde a la heterogeneidad de los mismos, diferencia de edad, lugar de residencia, distintos entornos sociales y un variado nivel cultural, lo más recomendable es utilizar un nivel coloquial, similar al lenguaje cotidiano.

Entonces, a la hora de estructurar nuestro texto radiofónico, es necesario que prestemos especial atención a las primeras frases de intervención ya que éstas son las encargadas de enganchar al oyente.

Tanto al comienzo como al final de nuestra intervención, se adquiere especial relevancia, ya que el cierre supone una especie de broche, de cierre de círculo de nuestro trabajo, y puede provocar que dejemos al oyente con ganas de saber más o de volver a escucharnos, o todo lo contrario.

Las características de los textos radiofónicos se entienden como una actitud comunicativa, ya que abandonamos los discursos fatuos de los oradores y pensamos en el otro, pensamos sobre ¿Cómo nos puede interpretar y cuál es la mejor forma para que nos entienda? y centramos nuestro eje en la audiencia.

Estos textos necesitan claridad, precisión y sencillez en la expresión, no dar información por supuesta, evitar siglas y usar nombres completos, citar autores y redondear cifras para facilitar la retentiva al oyente.

El lenguaje de la radio, no está completamente determinado ni sistematizado. Martín Sanabria, en la página 123 del libro “Radiotelevisión, comunicación y cultura” de Arturo Merayo Pérez, asegura que la radio y televisión andan todavía en búsqueda de sus lenguajes respectivos mediante tanteos, ensayos y exploraciones, a más de la intuición y el pragmatismo que da la explicación de principios científicos. (Sanabria, 1992)

Es entonces cuando respecto al lenguaje, la improvisación no parece recomendable, pues por ella entenderíamos el uso indiscriminado de elementos expresivos, sin que exista la oportuna justificación de cada uno de ellos.

Recalco que la decodificación en la radio se hace en tiempo presente, además los mensajes no poseen permanencia en el tiempo ni en el espacio, en consecuencia no se puede revisar. (Prado, Estructura de la Información radiofónica, 1981)

1.5 El guión radiofónico

Para tener una producción planeada, necesitamos de un guión, el cual preverá el material sonoro que será necesario para llevar a cabo nuestra idea inicial y detallar todos los pasos a seguir durante una emisión o grabación, ya que el guión se convierte en una hoja de ruta y que determina que vamos a comunicar.

Para que el guión cumpla la función de “hoja de ruta” debe proporcionar la información de manera tan precisa como le sea posible. El guionista debe saber

con qué elementos, tanto humanos como técnicos y materiales cuenta para enfrentarse a la creación de un guión.

Un guión es una estructura auditiva recopilada en un escrito, indica el momento preciso en el que se va a escuchar cada elemento. Para ello necesita elaborar un esquema previo mediante investigación y documentación para elaborar una sinopsis desde donde partirá. Debe buscar la redacción, el tono y ritmo adecuado que partirá de un lenguaje coloquial.

La producción dentro de un medio radial hace referencia al conjunto de actividades de un proceso productivo, destinadas a la concepción, el diseño y la realización de un producto que necesita de un conocimiento teórico y un desarrollo de habilidades en las técnicas de la creación radiofónica.

Se enmarca el proceso creativo de elaboración y realización de productos radiofónicos (géneros y programas) a partir del conocimiento teórico y técnico de sus componentes, herramientas y estructuras, aunque se debe contar con los recursos para poder satisfacer las necesidades del espacio. Un buen productor es capaz de convencer a un invitado para que asista al programa o a un político para que le conceda la entrevista que andan buscando todos los medios. La labor del productor queda justificada por motivos como:

- Controla el proceso de creación del espacio desde el principio.
- Se encarga de buscar el espacio físico más adecuado para la grabación o emisión.
- Su agenda está actualizada y completa.
- Consigue los invitados que se necesita.
- Hace la función de relaciones públicas de su medio.
- Cuenta con habilidades sociales y buen trato telefónico.
- Cuenta con un plan “B” en caso de problemas.

Dentro de la producción también se debe tomar en cuenta la organización formal de la emisora. Ya que este es el esqueleto en torno al cual se vertebran las distintas unidades que conforman la emisora. En el organigrama de la emisora se distribuye a los integrantes de la misma, acorde a sus funciones dentro del departamento que ocupan.

La producción responde a las siguientes necesidades de la radio:

- 1.- ¿Cómo se han desarrollado las salidas al aire y la previa?
- 2.- ¿Hubo qué hacer modificaciones de último momento?, ¿Cómo se resolvieron? y ¿Se consideró tener temas en la parrilla?
- 3.- ¿Cómo resolvimos situaciones inesperadas? ¿Un disco que no olvidamos, un compañero que se descompuso a último momento? ¿Y en el aire? Ante un imprevisto, un error ¿Lo transparentamos y salimos rápido de la situación? ¿Cómo lo resolvemos?
- 4.- ¿Cómo es nuestra relación con el operador y demás miembros de la emisora en la que estamos trabajando? ¿Nos involucran o nos involucramos con el conjunto?
- 5.- En función del nivel de expectativas que teníamos antes de salir al aire ¿En qué grado lo cumplimos?, ¿Por qué?
- 6.- ¿Hubo modificaciones sobre los lineamientos de inicio? ¿Cuáles y Por qué?
- 7.- ¿Cuáles consideran que son las fortalezas del equipo, las debilidades y en qué fase del proceso evaluado se encuentran?

Como parte del guión, es muy importante la redacción, la naturaleza del medio radial obliga que se escriba de manera diferente, contando historias como si estuviera conversando, usando comparaciones y ejemplos con los cuales el receptor se identifique para que entienda mejor el sentido de lo transmitido. De hecho dada la diversidad de público, las características del medio y las diferentes situaciones en las que puede encontrarse la audiencia, la radio requiere de una forma de escribir diferente.

Como todo proceso, la redacción tiene varios pasos, el primero es comprender el tema sobre el cuál escribo, después, pienso para qué quiero escribir ese tema (el propósito y el objetivo) y finalmente preguntarme para quién escribo (público)

1.6 El proceso de producción de un servicio informativo

La radio es uno de los medios más informativos, dependiendo su éxito o fracaso de la calidad de distribución de información. Podemos concebir a la producción periodística radiofónica como un proceso que fluctúa de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto. Al decir que es un proceso aludimos al hecho de que esta labor presupone la articulación de una serie de actividades, pero cuando nos referimos a su fluctuación, queremos subrayar que no se trata de algo lineal (en el sentido en el que se habla del trabajo en serie). Por el contrario el equipo de trabajo vuelve continuamente a etapas anteriores con la intención de modificar y corregir errores y hallazgos que aprenderán a medida que avanza en el trabajo de producción.

De este modo podemos decir que un ciclo de producción abarca tres etapas, cada una de las cuales demanda el cumplimiento de una serie de actividades.

Investigación.- Con su variado concepto lo podemos ubicar desde el habla cotidiana hasta el quehacer científico-académico. Investigar es asumir un determinado punto de vista acerca de la realidad, y un modo adecuado para conocerla y explicarla. Desde allí hay que partir para formularse preguntas y buscar metódicamente respuestas que resulten aceptables para el punto de vista que se asume.

Edición.- Su tarea consiste en producir un texto coherente con fragmentos de otros textos, respetando el sentido que el emisor originalmente le diera a su mensaje.

Redacción.- Constituye el proceso de mayor importancia ya que requiere de profesionalidad para garantizar en todo momento a los oyentes una información objetiva, completa y plural.

La producción es un proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos y destrezas cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo, la realización técnica de elementos de identificación o de

continuidad; o en la elaboración de un producto radiofónico, ya sea de naturaleza informativa o de creación, y que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación. ((Comp), 2010)

Un productor de un medio radiofónico también debe:

- Abastecer al conductor y columnistas del material necesario para la realización de los segmentos del programa: comentarios, entrevistas, entre otros.
- Redactar y producir guiones para la salida al aire en distintos formatos

Para finalizar el proceso, se procede a evaluar el ciclo, es decir, el logro de los objetivos, el desempeño de los roles, la búsqueda de la información (pre producción) como así también su elaboración, selección y puesta al aire (producción)

En esta parte del proceso de producción deberán analizarse tanto los contenidos, como la música y la locución, es decir, el programa emitido.

1.7 El investigar para la producción

Cuando se habla de radio se refiere a dos instancias: el trabajo previo a la salida al aire y el producto finalizado. Sin embargo, con la misma palabra denominamos a un complejo proceso o a la concreción del mensaje.

Comencemos por el primer momento de todo programa nuevo: el conocimiento del tema a abordar al que se llega a través de un trabajo de investigación. La investigación periodística indica como objetivo, dar la oportunidad a los hechos a mostrarse desde una pluralidad de ángulos y enfoques a través de distintas fuentes que garanticen su conocimiento, al menos con un menor margen de error de falseamiento, podríamos afirmar que el comunicador productor siempre intenta recoger información del contexto, de los protagonistas y suscita cadenas de informantes hasta llegar al último eslabón.

La investigación de la situación de la comunicación apunta al conocimiento de sus elementos: receptor, emisor, contexto de emisión recepción, el objetivo es realizar investigaciones realistas para identificar cada grupo de la audiencia.

La investigación es del receptor y el contexto es producir un programa que responda a lo que el receptor espera, la medición de la audiencia es la meta prioritaria de muchas investigaciones que se realizan desde o para los medios de comunicación.

El objetivo de una investigación es conocer exhaustivamente a qué o a quién se está apuntando para así saber qué temática elegir y como construir un mensaje. Cuando desde el rol de productor, hablamos de conocer al emisor, nos referimos al medio de comunicación en el cual vamos a insertar nuestro programa. Se puede presentar varias alternativas pero las más frecuentes son, la del comunicador que, desde la radio y en vivo, va a transmitir un programa, sacándolo al aire respetando pautas o mediante la inserción.

En cualquiera de los dos casos, el conocimiento del posicionamiento del medio y de su programación es fundamental. El productor o creador que acentúa lo estético en sus producciones recurre a las investigaciones realizadas en este campo y en cualquier otro, intenta construir a partir de esos datos y de los que le dicta su experiencia el manejo de un fluctuante lenguaje plurisemántico.

La investigación de la producción radiofónica alude al mensaje, recurriendo al análisis del discurso y mirar como el emisor da objetivos, sentido e ideologías implícitas. La investigación de la programación de emisoras, rinde cuenta del contenido global de la emisión y de su estructuración, analizando programa por programa.

La investigación en el proceso de producción enfocado a la revisión de espacios de programas y enfocar modalidades, acciones, rutinas y adjuntar a la producción lograda. La tarea del productor es ardua pues no debe equivocarse en la apreciación ya que se aspira a crear buenos programas de radio.

1.8 La realización

Términos como factoría de programas o factoría de la información nos recuerdan que la narración radiofónica es la consecuencia de un planteamiento empresarial, pero no se puede olvidar que el medio es también una fábrica, ya que responde a las características de una empresa en sus fines, organización, sistema de trabajo y creación de productos con grupos profesionales identificados pero complementarios, que persiguen la consecución del objetivo final trazado por un consejo de administración.

Dentro de este planteamiento laboral y empresarial, la creación de programas es el elemento fundamental para la buena marcha de la empresa. Se trata de diseñar programas (productos) para el mercado (oyentes) con unos medios (sistema técnico) y unos equipos humanos (los distintos departamentos de una cadena o emisora) con una materia prima (la información, la opinión, el entretenimiento) y con las aportaciones del diseño (creación de programas) para conseguir un público diferenciado y enriquecido (la emisión o la programación).

La creación de programas responde a la ingeniería creativa que los profesionales sean capaces de aportar y supone la base fundamental para construir la programación. Los programas son las unidades de producción que enlazadas en el proceso de continuidad dan origen a la narración final que ofrece una radio a la audiencia.

Uno de los valores empresariales de este tipo de organizaciones es su capacidad para diseñar, crear y configurar programas que resulten de aceptación en el mercado de los oyentes. Es la piedra angular del negocio y su capacidad para orientar, modificar, sustituir, innovar y mejorar sus productos. Pensar y crear un programa es un acto de la mente humana comparable a pensar y crear una obra de arte, una película o un texto literario.

Por lo tanto el programa es el espacio temporal cerrado y autónomo en sí mismo, que aporta a la cadena de valor de la programación lo específico y propio que le ha

sido asignado en el momento de su creación. El proceso tiene un recorrido que va desde la idea de programa, pasando por la creación del mismo, hasta su puesta en antena para satisfacerla necesidad del cliente con el producto terminado. Puesto que el término programa ha tenido otras aceptaciones, Faus prefiere hablar de producto radiofónico para referirse a la acción creadora en el campo de la comunicación sonora (Faus, 1981)

La tarea de poner en marcha un programa requiere periodos anteriores de reflexión sobre los objetivos, los medios, los modos y el estilo apropiado para el producto. Comenzar a idear un programa es un proceso laborioso y costoso que reclama las máximas aportaciones de los equipos implicados en el proyecto. Exige un ejercicio previo de reuniones para el “volcado de ideas” en sesiones dinámicas y tormentosas para ir definiendo los parámetros y el diseño del programa.

Durante la realización y producción se debe contar con una persona con buena voz y locución, la voz, es el código sonoro más efectivo para transmitir un mensaje radiofónico, el mensaje, prende en el público mejor por cómo se dice que por lo que se dice. La producción de la voz se la conoce con le nombre de fonación y las palabras con el nombre de articulación. Según Frank Guevara, radiofonista cubano *“la articulación es la parte mecánica de las palabras y la dicción es parte de la articulación”*, entonces, como las palabras son sonidos, también comparten las propiedades de las ondas sonoras: intensidad, tono, timbre y cantidad o duración(J.J. Matras, 1983)

Al no imprimir una adecuada intensidad en el inicio o el final de las frases que conforman el discurso radiofónico, los locutores cometen los errores que son un obstáculo inicial, para escuchar y comprender el sonido radiofónico portador de la información, dicha intensidad, depende de cuatro factores, el ánimo, la importancia subjetiva, la articulación de los sonidos y las características de la propia comunidad, mejor dicho, el idioma.(Herreros M. C., La mediación técnica de la información radiofónica, 1983).

En la radio, la velocidad de locución es determinante en la comprensión del mensaje. Alfredo Casanellas O’Callaghan, autor con grna experiencia en la radio

cubana e investigador en lingüística de la Academia de Ciencias de Cuba cree que: La velocidad normal de la palabra hablada en la radio será hasta cierto punto, menor que la de la conversación corriente, porque la primera emplea mayor rapidez, debido a que existen experiencias comunes y se apoya en la segunda forma de comunicación: gestos, etc., aunque la locución no consta de una velocidad única, si existe límites a los cuales se fija la comunicación radial. Estos varían entre 170 palabras por minuto como máximo y 100 palabras como mínimo (O'Callaghan, 1989)

1.9 La construcción de un programa

1.- Elementos previos en la construcción de un programa:

-DETERMINACION DEL PÚBLICO OBJETIVO DESTINATARIO DEL PRODUCTO DE SELECCIÓN DE CONTENIDOS.
-FUNCION EN LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN.

2. Elementos actuantes

-EL CONDUCTOR
-EQUIPO HUMANO: periodistas, técnicos, colaboradores, especialistas, corresponsales, invitados.

-LA PRODUCCIÓN

-LOS MATERIALES:
La palabra dicha.
La música.
Los apoyos sonoros: caretas, sintonías, efectos.
La publicidad

-GÉNEROS A UTILIZAR. Tratamiento y diversidad. Adecuación, materia radiofónica y géneros.



-ESTRUCTURA, RITMOS, TIEMPOS

-LA PARTICIPACIÓN DEL OYENTE

3.- Elementos instrumentales

-GUIÓN TEXTUAL

-GUIÓN TÉCNICO

-LA REALIZACIÓN

-LA BÚSQUEDA DE ESTILO

-ESTÉTICA RADIOFÓNICA

La dinámica operativa de los elementos señalados requiere un tratamiento temporal para configurar su diseño y planificación, es una tarea organizativa que sentará los métodos de análisis, aportación y decisión entre quienes tienen la responsabilidad de hacer factoría de diseño de programas, un departamento vital en la vida de una cadena de emisoras.

Los siguientes parámetros colaboran a que un medio tenga un fin, tener un ejercicio coherente de la acción de hacer una buena programación, en cada situación, la influencia de uno o varios de estos parámetros será en distinta función de las circunstancias propias de cada diseño, pero siempre se tendrán en cuenta para el resultado final, que está encaminado a buscar la aceptación de la audiencia.

1.9.1 La audiencia

El objetivo de todo proceso de comunicación es llegar al destinatario, la decisión de lanzar una emisión requiere la recepción de la audiencia. Los oyentes retienen o rechazan de la parilla una programación con mucha facilidad, ya que las empresas

están orientadas en sumo grado a los movimientos de mercado. Se debe hacer un estudio profundo de la averiguación de las claves de lo que quieren los oyentes, entendidos como clientes externos. El constructor de un programa no puede, ni debe, obviar los resultados de las encuestas de mercado, ya que en la adecuación de los que propone como diseño de programa y su escucha por parte de un sector de la audiencia se basará en el mantenimiento de un programa en el catálogo de productos de cada radio.

La titularidad de la emisora.- La aparición de la radio fue tratada por los estados como un elemento de propiedad de los gobiernos, como el agua, las carreteras o los puertos. Se estableció la radio difusión como un elemento de servicio público de interés general, y por tanto, sometido al régimen de concesiones a los empresarios privados que quisieran explotar esta nueva riqueza, creándose un modelo mixto donde coexistían las emisoras de titularidad pública y las empresas de radiodifusión privadas, en función de las autorizaciones y concesiones que facilitaba el poder político.

Las empresas públicas justificaban la explotación de las frecuencias por la necesidad de la pluralidad, el control político de la radio, asegurando la presencia de lo público en la concurrencia de la radiodifusión. Así se crearon las grandes corporaciones de radio y televisión que aún se mantienen en la mayoría de los países de Europa. Al mismo tiempo, aparecieron empresas de radio que con la explotación comercial del medio fueron desarrollando complejos empresariales a partir de cadenas de radio, autorizadas a explotar un servicio público con el objetivo básico de autofinanciarse, y en la mayoría de los casos, generar beneficios económicos.

El esquema: programa-audiencia-ingresos comerciales es la justificación y legitimidad de este tipo de empresas. Por ello, los programas sin respuesta social, sin apoyo publicitario, sin demanda de la audiencia no tienen cabida en una radio comercial. Como en el caso de la audiencia, y por discurso lógico, la rentabilidad económica es otro de los parámetros condicionantes a la hora de diseñar un programa-producto de radio.

1.9.2 La programación

En la programación influye mucho saber los géneros radiofónicos a los cuales nos vamos a encaminar. El género como modo de configuración textual y la actitud del autor como criterio de clasificación. Mariano Cebrián Herreros es el primer autor español que da una definición de géneros informativos audiovisuales incluyendo los géneros radiofónicos. Mariano Cebrián Herreros, en su libro *Géneros informativos audiovisuales* (Cebrián Herreros, Géneros Informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, video., 1992) presenta una definición y la clasificación de los géneros informativos de la radio y televisión, y presenta al género como una configuración contextual.

Para Herreros los géneros son un conjunto de procedimientos combinados, de reglas de juego, productoras de texto conforme a unas estructuras convencionales, previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores. Cada género nace del impulso intuitivo y creativo de un autor para plasmar una necesidad comunicativa.

Sobre ésta definición, Cebrián Herreros caracteriza a los géneros así:

- 1) Son estructuras formales que se atienen a reglas flexibles que cada autor en cada época adopta según su personalidad
- 2) Son convenciones explícitas e implícitas que admiten sellos personales
- 3) Son algo vivo, se desarrollan, crecen, rejuvenecen
- 4) No está determinado por un tema o contenido, sino por unas normas y funciones
- 5) No aparecen en estado puro en la práctica, existen fronteras ambiguas, puntos de contacto, aproximaciones, y sobre todo trasvases
- 6) El medio radiofónico imprime o contagia unos rasgos peculiares entre las condiciones técnicas y el tratamiento en directo
- 7) Existen, con mayor o menor rigurosidad, en la práctica profesional y tienen una funcionalidad profesional pedagógica

- 8) Solo conociendo los géneros pueden modificarse, recrearse o inventarse otros.

Según Herreros, esta concepción de los géneros recoge sus tres vertientes teóricas.

- a) La tradición de la teoría literaria
- b) La práctica de los géneros periodísticos escritos, y
- c) La historia de la comunicación e información audiovisual.

Cada una apoya diferentemente a la configuración de los géneros audiovisuales; a partir de esta tipología de géneros Cebrián Herreros presenta una clasificación con criterio de actitud enfrentándose a la realidad de tres modos diferentes:

- 1) Una actitud que va de adentro hacia afuera, que expresa una situación anímica de opinión personal que va de modo de configuración expresiva
- 2) De afuera hacia adentro, parte de una realidad exterior al usuario y da lugar a configuraciones referenciales
- 3) El diálogo que se traduce en modos de configuración apelativos.

Sobre estos modos de configuración de la realidad se forman los géneros y sobre éstos construyen su tipología.

Los géneros expresivos.- O testimoniales que ofrecen la percepción del autor sobre la realidad, exponiendo en ciertos casos el pensamiento, la interpretación, la opinión, sentimientos y actitud del autor. En este género el autor argumenta, ironiza o comenta, critica de manera positiva o negativa, relata lo presencial. Según el autor, en este grupo se debe incluir los géneros editorial, comentario, crítica y la crónica.

Los géneros referenciales.- también expositivos, tratan de ofrecer una versión distanciada de los hechos, orientándose a la narración o descripción de hechos comprobables así como ideas u opiniones ajenas. Los géneros que incluyen son: noticia, reportaje, informe periodístico, documental y docudrama.

Los géneros apelativos.- O también de diálogo, indagan y profundizan el pensamiento, acciones, sentimientos de otros, este género expone hechos, ideas, opiniones de expertos, a criterio del autor este género tiene el uso predominante del diálogo y de la presencia sonora o audiovisual de las fuentes de la información. Mariano Cebrián Herreros incluye en este género a la entrevista, encuesta, rueda de corresponsales y de emisoras, consultorios, interrogatorios, debates.

Los dos primeros géneros (expresivo y referencial) se estructuran en base al monólogo y el último género se encuentra con el intercambio de información y transmisión de datos, por formulación de preguntas – respuestas por parte del informador.

La siguiente tabla muestra la Tipología de Géneros de Cebrián Herreros (Cebrián Herreros, op, cit.,, 1988, 1992, págs. 41 - 42)

Modos de configuración de la realidad	Estructura de la presentación	Géneros	Actitud
Expresivas o testimoniales	Monólogo	Editorial Comentario Crítica Crónica	Argumentativa Interpretativa Analítica Informativa testimonial
Referenciales o expositivas	Monólogo	Noticia Reportaje Reportaje de investigación Informe periodístico Documental Docudrama	De fidelidad escueta De Profundidad Recopiladora y ampliadora Notarial Dramática

Apelativos o dialógicos	Diálogo	Entrevista Encuesta Rueda de corresponsales o emisoras Mesa redonda Debate Tertulia Géneros de participación (Consultorios/Interrogatorios)	Interrogativa Consultiva Cooperativa Polémica y dialéctica Polémica y dialéctica Participativa

1.9.3 El nombre del programa: la identidad

La cultura y el arte son manifestaciones de las prácticas, costumbres, valores, etc., de una comunidad y constituyen lo que llamamos identidad. A lo mejor en una comunidad algo es sinónimo de buen gusto o bello mientras que para otra comunidad esa estética produce rechazo. Esto significa que no hay producciones artísticas mejores o peores en términos estéticos, sino distintos. Si a un espacio social o cultural la gusta la cumbia y a otro el tango, o a otro la música clásica, responde a sus intereses y gustos y cada una de estas manifestaciones artísticas tienen el mismo valor en función de la comunidad que la produce. No es mejor ni peor el rock que el tango o el folclore que la música de ópera, o la cumbia que el heavy metal.

Cada una tiene su particularidad y debemos aprender a respetar los gustos estéticos de todos. A esto debemos agregar cuestiones de edad, momento histórico (lo que era bello hace 30 años a lo mejor ahora no nos parece tan bello). Cuando diseñamos un programa de radio, lo primero que pensamos es a quién le

vamos a hablar. Es decir, nos imaginamos a nuestro interlocutor. Previamente tenemos definido si va a ser un programa de política, una revista radiofónica con distintas secciones, un programa de deportes o de salud, Entonces a partir de esto definimos *formato, género y audiencia*.

1.10 Modelos de administración de radio en línea

(Gobierno de España; Media Radio;) La organización de una emisora de radio de gran audiencia y con una programación generalista explotan diversos tipos de contenidos ofreciendo a sus receptores espacios informativos, magazines de entretenimiento, debates, tertulias, concursos, retransmisiones deportivas, musicales, etc., implicando que toda ésta variedad de contenidos cuente con un organigrama amplio y muy bien definido.

Así el organigrama de una radio como podría concretarse de la siguiente manera:

Propietarios (Consejo de Administración).- Representados generalmente en un Consejo de Administración que aprueba presupuestos y nombra cargos con responsabilidad, como un director general. Se tiene en cuenta que el nombre utilizado por los consejos para designar un cargo puede ser diferente en cada empresa, a pesar de que desarrollen tareas prácticamente idénticas. Por eso, un director general también se es un gerente o coordinador.

Director general y director financiero.- Por debajo de los propietarios encontramos a los directores, nombrados directamente por el Consejo de Administración. El director general llevará todo el peso de la emisora y deberá cumplir con los objetivos que el Consejo dictamine. Por su parte, el director financiero es el responsable de organizar y controlar las finanzas de la empresa. Los directores generales y financieros suelen tener un amplio departamento administrativo.

Director de programas, director de producción, responsable o jefe técnico, responsable o jefe comercial, y responsable de las relaciones públicas.- Hallamos varios cargos con diferentes responsabilidades, de los cuales dependen también otra serie de cargos de inferior categoría. El director de programas es el encargado de coordinar todos los espacios que se producen en la emisora. Dependiendo de

él, los directores de los servicios informativos, de los espacios musicales y de los deportivos. El director de producción organiza todas las grabaciones de anuncios, ya sean promociones internas de la propia emisora, ya sea cualquier tipo de publicidad (comercial o institucional). Coordina con los responsables comerciales y con el director de programas. En muchas emisoras el director de producción suele depender directamente del director de programación.

1.10.1 La teoría general de los sistemas en la organización radial.

(Rafael, 2010) El estudio de relaciones da lugar a la formulación de una teoría basada en los sistemas, categoría que de acuerdo con Solano (2008) *“... es un todo organizado y complejo, una combinación de cosas o partes que forman un todo complejo unitario. Es un conjunto de objetos unidos de alguna forma de interacción o interdependencia, que buscan el cumplimiento de un objetivo determinado”*

La teoría general de los sistemas, según Solano (2008) parte de la imagen de que:

- 1.- Lo sistemas tienen vida dentro de un sistemas más grande.
- 2.- Los sistemas son abiertos, son consecuencia de algo anterior, cada sistema descarga algo en otro sistema, son contiguos, Cuando no hay intercambio, el sistema se desintegra ya que pierde fuentes de energía.
- 3.- La función de un sistema dependerá de su estructura.

El conocimiento acerca de la teoría general de los sistemas resulta importante para dirigir cualquier tipo de actividad, es una herramienta que contribuye a tomar acertadas decisiones,

1.10.2 Los sistemas en la radio.

En Cuba, la constitución del Instituto Cubano de Radio y Televisión, organismo rector de de la actividad, constituye un paso decisivo para el surgimiento de un nuevo Sistema Nacional de Radio, integrado por las emisoras nacionales, provinciales y locales existentes en el país, cuyo funcionamiento responde a una dirección administrativa estructurada desde el nivel nacional hasta la base. Este cambio experimentado a partir de ese momento en la organización de las emisoras de radio, permite que estas instalen relaciones distintas, no de forma espontánea

sino de expresiones constantes, planificadas y homogéneas. Ahora, las emisoras radiales de Cuba, a pesar de estar distribuidas, pueden formar parte de una cadena y convertirse en una sola planta, ya que responden a una misma política. Por lo tanto se orienta. Este sistema se orienta con un sistema integrado por emisoras provinciales, y municipales que en relación forman un elemento clave para la consecución de propósitos planificados en el territorio. El hecho de que exista una dirección administrativa que orienta, chequea y controla el desempeño del sistema, constituye una base para su correcto desarrollo, ya que se garantiza el correcto ingreso y egreso de elementos necesarios.

La organización interna de emisoras integradas por distintos departamentos que ejecutan diversas funciones conlleva el funcionamiento de una estación radial. Estos elementos cuando interactúan forman un sistema menor. Pero, cada departamento actúa con otro sistema más pequeño que hace posible el logro de metas y objetivos en la emisora a corto, mediano y largo plazo. (Vivaldi, 1973)

CAPITULO 2

La radio, un compromiso de estudiantes y profesores

2.1. Los catedráticos y su vinculación con la Radio “En Línea”

Se realizó entrevistas a los profesores de la carrera de comunicación social, para saber, cuál es su opinión, sobre el desarrollo, y colaboración, desde los estudiantes y maestros, a la radio universitaria, para que ésta lleve un mejor y más óptimo trabajo. Los entrevistados fueron los profesores: Magister Wilson Gárate Andrade, Magister Fernando Ortiz, Magister Hugo Guillermo Ríos y Magister Francisco Córdova, profesores vigentes de la carrera de comunicación social.

PREGUNTA 1.

¿Cuáles son las maneras de involucrar a los estudiantes a participar en la radio digital de la Universidad?

Al parecer del Mgt. Fernando Ortiz, hacía referencia sobre éste tema, que *“hay que ensayar varios mecanismos de vinculación”*(Ortiz, 2016), ya que al encontrarse con experiencias cercanas a éste tema del último semestre 2016, examina a la radio como un espacio de pocas personas, que sí ponen empeño y énfasis, pero, se debería buscar una participación más democrática, ya que algunos estudiantes, miran a la radio, como una parte de un proceso obligatorio, cabe recordar, que hace un tiempo atrás, un estudiante de periodismo, se llenaba de satisfacción al crear proyectos, ahora, lo ven como algo cansado, obligado, *“Eso se debe cambiar, debe ser un espacio de prácticas obligado pero coordinado, organizado, no solo con un profesor a cargo, sino un equipo de profesores con programas semanales que permitan crear equipos y bibliotecas digitales, que aporten a la carrera”*(Ortiz, 2016)

Pero, el ejercicio de la comunicación, del periodismo, es ya un ejercicio práctico, las actividades en periodismo, televisión y radio, tienen soporte teórico, necesita práctica, el Mgt. Wilson Gárate considera que *“Primero hay que aprender géneros y formatos de radio, antes lo estudiantes ya han tenido teoría, la actividad practica se implementa en el uso del lenguaje radiofónico, al ser una activada práctica, se complementa con conocimientos teóricos, doctrinas del uso e implementaciones de la radio, es lo que hace un periodista, estrategias para mejorar el hablar en la radio, la cual se sistematiza en procesos, pero tiene necesidades teóricas, luego de ese aprendizaje general, a partir de ello se puede empezar en radio”*(Gárate M. W., 2016), Para ello, debería existir una planificación, que proceda de manera inmediata a pensar en la programación, continuar con la realización, que solo se puede ejecutar mediante investigación , radio revistas, opinión, columnas, etc., todos estos géneros, se deben asimilar a la radio con una particularidad general, el uso concreto y correcto de lenguaje.

La teoría de la radio, existe debido a que alguien vió como se hace radio y la escribió para ayudar a alguien más. La planificación debe pensar en la programación, horarios, audiencias, esto es una evolución y un complemento necesario. Para así, finalmente llegar a la promoción, en ella se advierte al oyente que con todo ello algo va a ocurrir, *“La promoción adquiere una dimensión especial por las plataformas digitales, crea más cobertura, es heterogénea”*(Gárate M. W., 2016).

Entonces, los elementos principales, para hacer radio serían: la producción, la realización, la programación y la producción, y ello se debería incluir, para la parte académica.

Según el magister Hugo Guillermo, la mejor manera de involucrar al estudiante a la radio, es proporcionándole una basta información sobre la producción radial y los formatos de radio, *“esto es involucrarlos en la parte práctica a partir de la teoría, o viceversa, entregando al estudiante de radio, los contenidos teóricos, involucrados a la práctica.”*(Guillermo, 2016)

Para el Mgt. Francisco Córdova, más allá de involucrarse con la radio universitaria, se debería motivar al estudiante, al uso de un laboratorio de radio, *“en el caso de la asignatura documental radial, la cual tuve el gusto de dictar, se debe observar a la radio y su manera de actuar en nuestras vidas, ver la importancia de la radio, a pesar de toda la tecnología que existe, aprender a seleccionar, en ella, el uso correcto de la palabra y sus diferentes funciones”*(Córdova, 2016)

Los docentes entrevistados, concuerdan en que los estudiantes tienen bases para incentivar su aprendizaje en la radio, pero que no solo se puede teorizar o solo practicar, esto debe ir de la mano, con un orden lógico, aprender procesos, sistematizaciones, diferentes géneros y usos, para que al final el estudiante cree, diseñe, modifique y genere productos de calidad, no solo a nivel académico, sino a nivel profesional.

PREGUNTA 2

En las asignaturas ¿Cómo se implementa o se podría implementar mayor participación de los estudiantes?

Según el análisis de los profesores, se necesita una revisión urgente, ya que, hay unidades que se repiten, necesita la carrera de comunicación corregir estos defectos, éstas falencias, se debería ir en orden secuencial, un periodismo general y radiofónico, *“los profesores, primero debemos tener un trabajo coordinado, para evitar repeticiones, normalmente, los profesores nuevos vuelven a enseñar lo mismo, se debe decantar esto, organizar el conocimiento teórico acoplado a la práctica, esto es igual que manejar bicicleta, bailar, la radio necesita practica para que sea significativo”*(Ortiz, 2016).

Cabe reconocer, que la radio ha pasado por situaciones críticas, la aparición de televisión y ahora el internet, se pierde interés en el Am y Fm, *“La radio a tenido*

que adaptarse al internet y crear nuevas estrategias, si tu preguntas si escuchan radio en un curso de 30 personas casi nadie dice que si, los estudiantes no se informan a través de la radio”, la radio exige otras estrategias, hay que convencer a los estudiantes que se apasionen por la radio”(Gárate M. W., 2016), desde esta perspectiva, inicia el reto de un profesor, ya que es obvio, que quien no escucha radio no podrá hacer radio. Para algunos estudiantes, al momento de ingresar a la carrera de comunicación la radio es todo un descubrimiento, a pesar de que gran parte de ellos están familiarizados con el internet, usar la radio como información es un reto para los estudiantes, “Y es así como estudiantes y profesor tienen el reto de encontrar el gusto y pasión por la radio”(Gárate M. W., 2016).

La radio universitaria, debe generar más espacios, *“creer en que la radio universitaria, y en general el mundo de la radio no tiene obstáculo, esto haría que el estudiante encuentre esta pasión(Guillermo, 2016)”* y esto se daría con los complementos prácticos y teóricos *“la participación no podría ser práctica sin la teoría, como una vez me enseñaron, hay que teorizar la práctica y practicar la teoría”(Córdova, 2016)* partir de estos fundamentos, generará el comprender porque la teoría es tan indispensable como la práctica.

PREGUNTA 3

**En los sílabos de radio, ¿Cuáles son los contenidos que se priorizan?,
¿Cómo se complementan a las actividades prácticas?**

El quehacer de la radio, el ejecutar un programa de radio o crear proyectos parte de conocimientos intuitivos, el trabajo de los profesores deberían mejorar en los géneros, el Mgt. Fernando Ortiz admite que *“hay que mejorar los géneros, la estructura, la arquitectura de los distintos formatos, es algo básico, pero, se encuentra una ejecución en tres momentos: las características de cada materia con sus parámetro básicos, luego de la constatación ir a la ejecución, mediante la investigación”(Ortiz, 2016),* esto es aplicable y necesario conjuntamente con la práctica, y así, convertir al estudiante más que en un buen locutor o periodista, en un buen investigador, así, los programas enriquecen su perfil profesional, *“Pero con*

propuestas de programas de radio no de memoria, ni con banalidad, o superficial, hay que buscar un periodismo, que vaya, de lo epidérmico a lo profundo, se debe generar desde la profundidad, saliendo de un periodismo cómodo, la llamada, la entrevista, algo centrado en intuición, en buen sentido en criterio, se debe marcar distancia, ya que las redes sociales dan competencia al periodista, la búsqueda de la profundidad, basado en la investigación periodística, los sílabos deben enriquecerse en la investigación, un periodismo trascendente. Las cosas han cambiando hace 20 o 30 años, era bastante distante los medios de comunicación, era magia para algunos, la tecnología permite acercamientos más tempranos, los niños tienen mayor uso de la tecnología, se desmitifica los medios de comunicación, el internet no da nada mítico, en periodismo en 1997 hubo un curso sobre como enviar un correo electrónico, hoy es algo propio de todos, no existirá un bachiller con ese conocimiento”(Ortiz, 2016).

El nuevo estudiante de periodismo, debe venir con motivación en los ámbitos de la producción en línea, radio, fotografía digital, ya que están más cercanos de los medios, el magister mira a la fotografía y la recuerda como magia el rollo, la revelación, el cuarto oscuro, la fotografía era todo un misterio que pocos gozaban de ella, hoy la mayoría de celulares vienen con cámaras integradas, la tecnología de antes y ahora crea un escenario en el cual los profesores de periodismo, no lo desconocen del todo, pero a comparación de los estudiantes quienes vienen de costumbres ya tecnificadas para especializarse en la Comunicación Social.

A pesar de ello, los sílabos se han reorganizado con la formación, “*Las asignaturas de radio no poseían una secuencia ya que empezaban con radio En Línea, y terminaba con radio educativa, al no estar pensada una línea de coherencia en el aprendizaje de radio se daba una repetición de aprendizajes, se debe comenzar con la historia del periodismo, luego géneros y formatos de radio, para familiarizarnos también con el lenguaje radiofónico, la realización de radio, puede iniciar con esto, pero se necesita bases para ellos, para pensar en la programación conociendo el lenguaje radiofónico. Si ya sabe géneros y mantiene radio es mejor, luego si pueden tener radio educativa o radio documental, hacer documental en radio es graduarse en radio*”(Gárate M. W., 2016), se podría hacer, o se hace actualmente radio con experiencia teórica y practica, este proceso mantendría una

secuencia lógica de profesionalizar una Radio Universitaria, *“Mientras la malla no esté organizada va a demandar falta de interés en la radio, de hecho, no porque es radio, se la puede encargar a cualquiera, todavía la Carrera de Comunicación debe revisar la malla y los contenidos de los sílabos de radio, para que complemente y vaya de menos a más”*(Gárate M. W., 2016).

Mirar a los sílabos como un papel formal provoca que las temáticas, en muchas ocasiones, sean repetitivas *“los sílabos de radio son puro papel, no se cumplen, es una guía que no se pone en práctica”*(Guillermo, 2016) como el docente Hugo Guillermo cree que es más factible reorganizar los contenidos, como ver a la radio en condiciones prácticas, por ejemplo aprender el correcto y completo manejo del Adobe Audition, esto ayuda a que el proceso de aprendizaje, sea más participativo, el estudiante encontraría el gusto por la radio, esa pasión necesaria *“no es solo grabar audios en clases de radio, sino apoyar al estudiante con su propia producción”*(Guillermo, 2016) El Mgt. Hugo Guillermo, considera que se necesita revisar el contenido y el uso de los sílabos de radio.

Un análisis del sílabo de la asignatura documental radial, mira a la radio como parte de nuestras vidas, ya que uno mismo es el principal autor de lo que mi público receptor absorbe, *“el documental radial es contar historias, la música las funciones, los efectos sonoros, todo esto es importante porque el oyente se puede trasladar imaginariamente por lo que escucha a un tiempo y espacio, también, la creatividad da grandes guiones, el documental radiofónico se debe tomar como base en la era digital”*.(Córdova, 2016)

PREGUNTA 4

¿Cuáles son los proyectos que una radio universitaria necesita?

Al encontrarnos dentro de un panorama digital, se debe pensar en la radio en línea, no como un simple radio sonora, se necesita la visión multimedia, *“Acompañar a la entrevista radiofónica con material audiovisual, una cámara que filme el contexto de*

la entrevista, audio y video streaming, quien navega podría ver la entrevista, es muy limitante pensar en radio, como audio, hay un amplio trabajo al postear la entrevista". Al parecer del Magister Fernando Ortiz, no debe manejarse un grupo de amigos que quieren estar en la radio, se debe ganar una competencia de alto nivel para ganar proyectos. Y así estos proyectos sean viables para estar en una radio universitaria.

El magister Wilson Gárate, mira a la radio por dentro, desde el punto de vista práctico, la radio tiene debería institucionalizar la universidad, ya que la misma se acogió como un departamento de servicios, a más de ello, se ha incluido a estos servicios proyectos de vinculación, como es el proyecto de producción, realización, programación y promoción del programas Voces en el Centro de Rehabilitación Social Turi, *"Ya ha conseguido apoyo externo institucional, este proyecto genera una relación con el ministerio de justicia y su principal objetivo es capacitar los 4 ítems, También, iniciaría en septiembre nuevamente la preparación a los internos. Ya que la mayoría de colaboradores son estudiantes, que trabajan en los meses de estudio, pero en vacaciones queda vacía la radio. Los internos son heterogéneos, poseen diferentes áreas de conocimiento, ya que la radio también tiene apertura para internos e internas, hay programas de hombres y mujeres, la radio universitaria es una plataforma digital, un apoyo, otro ejemplo es el apoyo a San Sebastián del Sigsig, se está creando un plan de comunicación FM"*(Gárate M. W., 2016).

Al parecer, la radio universitaria, necesita un equipo de trabajo, ya que ahora parte de voluntariado, vinculaciones externas como los graduados con proyectos para programaciones, ex internos de Turi que quieren seguir haciendo radio, todo esto obliga a que la radio sea un ente de gestión, no se puede descuidar la radio, si se quiere obtener una radio profesional.

La radio universitaria necesita orientación, tanto estudiantes como profesores, miran a la radio universitaria de reojo, *"la radio univiersitaria tiene que estar orientada a ser la voz de los que no tienen voz, sirve para la practica de los estudiantes, pero es la oportunidad para dar espacio a diferentes sectores de y desde la sociedad, ser una oportunidad para expresiones de los que no pueden*

hacerlo en radios comerciales”(Córdova, 2016)El Mgt. Francisco Córdova, hace referencia a que la radio universitaria, necesita ser una radio llena de proyectos, de vida, de estudiantes entusiasmados por ser una radio. La cual debe estar siempre actualizada, con respecto a nuevos programas, “la creatividad no tiene limites, los nuevos programas y formatos deben ser abiertos como un abanico para encontrar mayor participación, buscar la radio un componente con la universidad, y así no ser solo la carrera de comunicación, hacer informativos o microinformativos puede colaborar, la vida universitariadaría grandes historias para la radio, no solo la carrera de comunicación, la radio es la universidad completa”(Guillermo, 2016)

Por ello, los docentes manifiestan que los proyectos para la radio universitaria, dependen mucho del interés de los propios alumnos, ya que ellos son los nuevos investigadores de Comunicación Social, su interés, se basa en su investigación periodística profesionalizada, la cual colabora netamente, a que no sigan existiendo programas conformes, sino nuevos proyectos que agraden al público.

PREGUNTA 5

¿Cuáles serían las sugerencias, en la programación y logística, para una radio universitaria?

La radio consta de equipamiento, pero no consta de algo fundamental, “La institucionalización de la radio debe ser mayor, debe tener un operador, contratado de la universidad a pesar de tener apoyo estudiantil, la radio necesita personal, editor programador, realizadores, periodistas, locutores, en fin, una planta de al menos 10 personas”(Gárate M. W., 2016), ahora tiene a cargo un profesor y alumnos voluntarios, la universidad debe asumir eso y despertar interés en la Universidad.

También la radio debe lograr un desapego, no trasladar el modus operandi, de un medio radioeléctrico al on line, “Un programa, un documental debe ser atemporal, escucharlo cuando necesite, tener el sabor de trascender, la arquitectura de los programas no compite con audiencias, la gente escucha lo que necesita no lo que le ofrecen, se necesita un repositorio documentado necesario para la audiencia,

hay más de 200 alumnos que podrían tomar fotos y hacer repositorios de Cuenca, que se volvería necesario para cuando la audiencia necesite conocerlo, necesita calidad”(Ortiz, 2016), al parecer del magister Fernando Ortiz algo interesante hubiera sido que los estudiantes de la Carrera de Comunicación, testimonien antes y después la calle Gran Colombia, con las actuales obras del tranvía, éstas fotos comparativas, darían un periodismo investigativo y de contraste en la ciudadanía, con éstas contribuciones, la radio puede ser un espacio para llegar a nivel regional o local “Y no solo verlo como espacio de prácticas obligado, castigado; Cuando era estudiante, se hizo una toma de la facultad para tener periódico y ahora los estudiantes, poseen medios, y lo ven como una obligación”(Ortiz, 2016).

Una grilla de programación organizada y viable ayudaría a que los estudiantes trabajen en diferentes sectores, *“para no ser una radio típica, que solo muele música, sino ser una radio objetiva que demuestra el trabajo de un periodista”(Córdova, 2016)* así, la misión del profesor será que el estudiante busque la diversidad y no la comodidad.

El Mgt. Hugo Guillermo, considera que la radio necesita otro espacio, otra visión, un manejo por parte de un profesional capacitado, revisar la adecuación de los equipos y exigir la adquisición de nuevos equipos, *“buscar un buen internet, si la radio quiere streaming, la radio universitaria no debe verse de reojo, por ejemplo, exigir que todas las oficinas de la Universidad de Cuenca, escuchen la radio, para que así la radio sea parte de ella, y no solo una parte olvidada de la carrera de comunicación social”(Guillermo, 2016)* la radio necesita nuevas estrategias de posicionamiento, y esto podría empezar desde alcanzar la audiencia deseada en la parte interna de la universidad.

2.2. EL ACTUAR DE LOS ESTUDIANTES EN LA RADIO “EN LÍNEA”

Al hablar de la radio, hablamos de una amplia gama de necesidades en las cuales se debe perseverar de manera directa y eficaz, reponder a las necesidades de una radio representa superar límites y necesidades, mejorar, innovar y justificar el avance de un medio hacia una nueva era digital como son las radios On Line.

2.2.1 Antecedentes de la radio En Línea de la Universidad de Cuenca.

(Bustán, 2015) La radio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, sintió la necesidad de *hacer radio*; se necesitaba un espacio para las prácticas profesionales y formarse como amantes de este medio de comunicación, en el año 2011 se vio muy tentativa esta propuesta, la universidad no contaba con el espacio ni los equipos suficientes para una productora radial, es allí cuando los estudiantes de periodismo, deciden crear un boceto, el cual fue analizado por los profesores de la cátedra. El Lic. Fernando Ortiz, decano de la Facultad de Filosofía, en ese entonces, una persona ligada a la comunicación, da cabida al proyecto.

Al crearse el streaming para la transmisión por internet, los profesores se vieron motivados e iniciaron las modificaciones de la cabina de radio, y en un mes, la radio estaba lista para iniciar. Pero, los estudiantes tenían muy poco interés, con ideas de programas noticiosos, deportivos y de entretenimiento, se aprobó deportes y noticias. Y con los segmentos designados, se creó la parilla de deportes y música incluyendo podcast de poemas transmitidos los martes y jueves a las 12:00.

En el programa deportivo se dio énfasis a deportes y equipos locales, como transmitir en vivo los partidos del Deportivo Cuenca.

Tuvo la oportunidad de transmitir el encuentro de literatura en el campus central de la Universidad de Cuenca, creando gran interés por parte de estudiantes de relaciones públicas, que con alumnos de periodismo formaron un equipo de 30 personas. Este fue el gran auge de la radio, ya que fue allí donde la Universidad presentaba a la radio como parte de ella, su público meta objetivo estuvo fijado: Estudiantes y Profesores de la Universidad de Cuenca. Con este evento se pasó de 200 a 500 radioescuchas, llegando propuestas de transmisión, una de ellas, como el Festival de la Lira 2012. El proyecto “Cápsulas” de la escuela de Historia y Geografía que era contar historias referentes a las épocas de 1960 y 1970, cápsulas sobre nuestra ciudad y sobre sus relatores, (Gutama, 2015) *“La radio universitaria actualmente cuenta con programas que son desde cátedra de la escuela de comunicación de la Universidad de Cuenca y esencialmente son*

motivados por estudiantes, pero no hay programas hechos por profesores pero si motivados por profesores” Programas de cátedra han quedado como parte de la programación. Estudiantes egresados de la escuela de Psicología, instauraron Audio Box, Jaque, es un programa de entrevistas, cine, televisión Warmi voces y afición, creado por la organización de mujeres críticas, que defienden la Pachamama y dan opiniones sobre cómo trabaja el gobierno con el tema cultural. Actualmente la coordinación de la radio está dando talleres de fotografía y escritura a los estudiantes del colegio Octavio Cordero Palacios, quienes graban audios y traen a la radio para ser editados y puestos al aire.

El profesor Wilson Garate trabaja con los estudiantes de la cátedra, con programas de investigación. Fue gracias a la Ing. en sistemas María José Torres, quien al estar en la Facultad de Filosofía por tres años, en la parte técnica, dando mantenimiento electrónico, convirtió y dio herramientas virtuales para empezar con el espacio digital, Oscar Webster está apoyando a la radio constantemente.

2.2.2 La Programación de la radio universitaria.

Uno de los programas que se mantiene es Zona Gik, un programa de tecnología, el cual, empezó como programa de cátedra y quedó como espacio de estudiantes.

Otro uso de la radio ha sido dado por estudiantes de la escuela de Psicología, quienes dieron a su programa el nombre de Audio Box, y es coordinado por estudiantes próximos a egresar de su carrera, en sus exposiciones buscan la emisión de los artistas nacionales y sus nuevas y principales composiciones musicales.

Jaque, es un programa creado por Henry Gutama para entrevistas, y temas de cine, televisión, estuvo al aire 8 meses pero quiere regresar al aire buscando actualmente radio teatro.

El profesor Wilson Garate trabaja con los estudiantes desde la cátedra, vinculándolos en la radio con programas de investigación, creando el programa

Zona Deportiva, Universidad de Cuenca, Música Latina en América, entre otros, no son grabados en la radio, pero se reproducen aquí.

2.2.3 La radio y sus características, personal, ubicación y su publicidad

Para que un programa participe dentro de la radio deben armar un proyecto, el cual, será revisado por el profesor Wilson Garate, Director de la radio y pasa al coordinador Henry Gutama para ver y acordar días de grabación y días de transmisión. Fallas técnicas, como que el receptor no tiene audio, forzó a dejar fuera del aire por 6 meses todos los programas pregrabados. Actualmente se encuentran: Henry Gutama, como coordinador general de la radio universitaria, y el profesor Wilson Garate como de director de la radio. Al inicio, la radio se la encontraba en el tercer piso administrativo de la Facultad de Filosofía, pabellón A, un cuarto de dos metros cuadrados, muy reducido, luego se fusiona la radio con el aula de grabación, consiguiente, migra a la sala de televisión con el apoyo de los profesores Ricardo Tello y Wilson Garate quienes empiezan con programas desde la cátedra, y se podría decir que son los promotores de iniciar espacios y grupos de trabajo para la radio, estos espacios crearon 6 programas; finalmente la radio migra al pabellón B planta baja donde se encuentra hasta la actualidad.

Se realizaron diseños, afiches de los programas de la radio, se organizó, y se distribuyó el tiempo y el espacio. Ahora, con la aplicación de la universidad para los teléfonos móviles, se intenta dar publicidad a la radio, ya que, solo conocen de su existencia, los estudiantes de la escuela de comunicación social, los profesores de radio y la facultad de Filosofía.

Acorde a este contexto de la radio de la Universidad de Cuenca, se debe contemplar la necesidad del conversatorio por parte de los involucrados de la cátedra de radio, tanto estudiantes como profesores, determinando las posibles temáticas de manera que no se especule sino se informe y se centre el estudio por medio de entrevistas y encuestas que determinarían el grado de fusión, difusión y contextualización de las cátedras de radio con las necesidades de los estudiantes condicionando el o los siguientes formatos de encuesta y entrevistas.

2.3 El actuar de los estudiantes en la radio En Línea, el cuestionario.

Una manera eficaz para comprobar y corroborar la utilización de la radio En Línea es mediante un cuestionario aplicado a los estudiantes de la carrera de comunicación social, directamente a los que se encuentran con mallas y sílabos de radio.

Se usó un cuestionario porque este es el método más eficaz dentro de un proyecto investigativo para alcanzar los objetivos planteados y deseados.

El cuestionario realizado a los estudiantes de la cátedra de radio se lo hizo teniendo como objetivo, estandarizar y recopilar información cualitativa sobre el uso de que dan los estudiantes al laboratorio de radio, ya que hay un limitado número de estudiantes que se tomará como muestra para el estudio. La misma nos permitirá obtener información ampliada y detallada de opinión, para a través de ello, crear un plan de mejoramiento.

“La elaboración del cuestionario parte de una función de contenido, ya que se relaciona con el objetivo de investigación, con preguntas abiertas, sin límites en las respuestas, de manera directa, puesto que cada pregunta coincide con el objetivo del contenido, e incondicional acorde a las experiencias e ideas del encuestado”. (monografías.com)

El análisis de las respuestas dieron resultados positivos, mirando la posibilidad de que el uso de la radio varía acorde al grado de dificultad de los proyectos radiales a presentar, también varía el nivel de conocimiento sobre estudiante/manejo de programas, haciéndose más evidente, desde el punto de vista de los directivos, que los estudiantes no manejan un nivel óptimo en programas de edición, lo que conlleva a que ellos pasen personalmente con los estudiantes para la corrección y colaboración de los proyectos a elaborar.

Luego de esta prueba, se tomó como muestra de estudio, a los estudiantes de quinto ciclo (28 alumnos) y séptimo ciclo (14 alumnos) de la cátedra de radio para elaborar un cuestionario con interrogantes abiertas y cerradas.

La encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Al efectuar el análisis de los resultados del cuestionario se encontró el siguiente resultado

El cuestionario se realizó a los estudiantes de quinto ciclo en la materia: radio on line y de séptimo ciclo documental radial proporcionando los siguientes resultados:

1.- ¿Con qué frecuencia participa en la radio de la Universidad?,

PREGUNTA #1	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	2	4,7
Cada Semana	5	11,6
Cada 15 días	2	4,7
Cada Mes	22	51,2
Nunca	11	25,6
Total	42	97,7
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 1

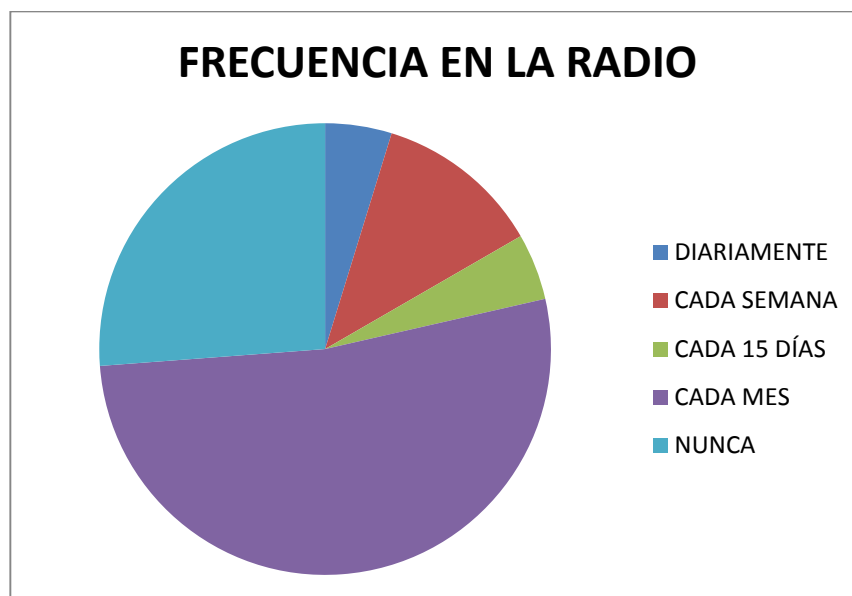


Figura 1

Acorde al análisis del cuestionario en la pregunta ¿Con qué frecuencia participa en la radio de la Universidad?, de los estudiantes de quinto y séptimo ciclo dando un total de 43 entrevistados, tomando esta referencia como el cien por ciento, el cincuenta y uno por ciento visita la radio cada mes, siendo ésta, la opción más mencionada, seguido de un 25% que asegura que nunca asiste a la radio.

2.- ¿Cómo participa en la Radio Universitaria?

PREGUNTA #2	Frecuencia	Porcentaje
Trabajos en clase	32	74,4
Trabajos Independientes	9	20,9
Total	41	95,3
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 2

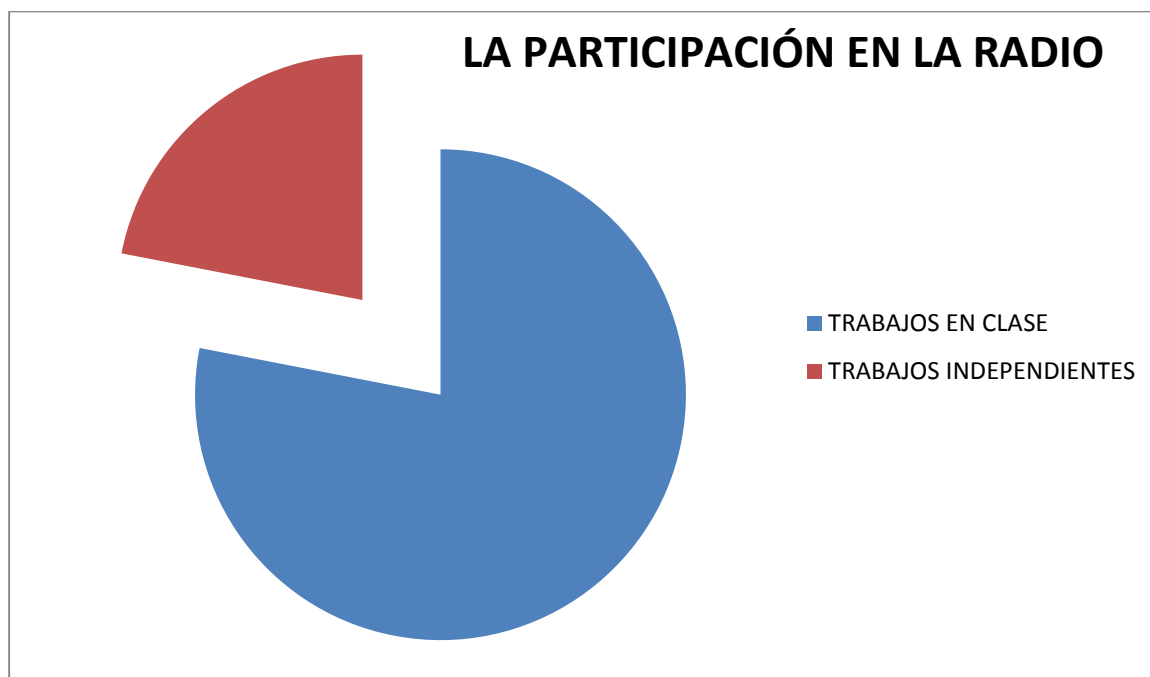


Figura 2

En la pregunta número dos, referente al uso de la radio universitaria, El 74% de los estudiantes de quinto y séptimo ciclo asisten más por la realización de trabajos en clase a comparación del veinte y un por ciento de estudiantes (nueve de cuarenta y tres) que los usan para trabajos independientes o como voluntariado.

3. Si tuviera oportunidad de hacerlo, ¿Cómo le gustaría participar en la radio?

PREGUNTA #3	Frecuencia	Porcentaje
Creando programas variables	26	60,5
Ser partícipes de proceso de planificación y promoción	9	20,9
Incentivos Académicos	1	2,3
Seminarios Prácticos	4	9,3
No le interesa participar	2	4,7
Total	42	97,7
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 3

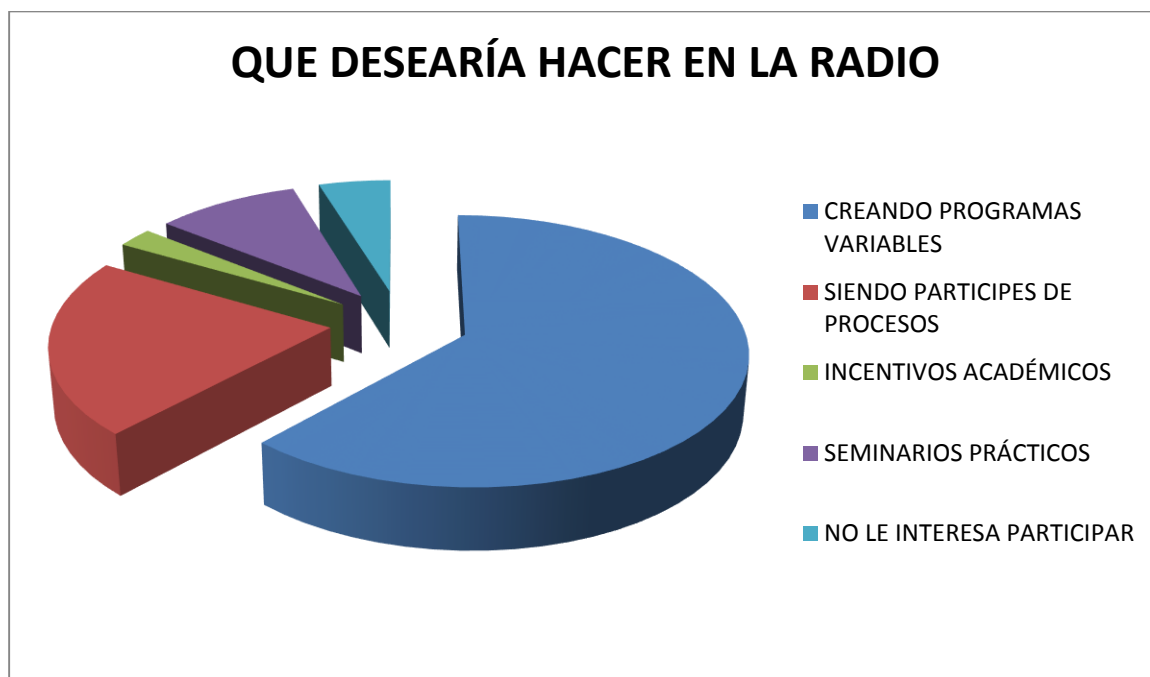


Figura 3

Si tuviesen la oportunidad de participar en la radio, el 60% opina, que le gustaría crear programas variables, en el sentido musical, y también dentro de este porcentaje ciertos alumnos miraban la posibilidad de espacios culturales como radio novelas, programas con temas de dialogo con invitados, el 21% de los entrevistados piensan que los estudiantes deberían ser participes del proceso de planificación y promoción de la radio poniendo como punto de enfoque, que los estudiantes de comunicación son actores principales de la radio universitaria y que ellos deberían dirigir y participar netamente dentro de la organización.

4.- ¿Cuáles de los conocimientos teóricos obtenidos en clases de radio, son aplicables en proyectos?

<i>PREGUNTA #4</i>	Frecuencia	Porcentaje
Géneros y Formatos de Radio	19	44,2
Producción Radial	17	39,5
Radio On Line	5	11,6
Ninguno	1	2,3
Total	42	97,7
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 4

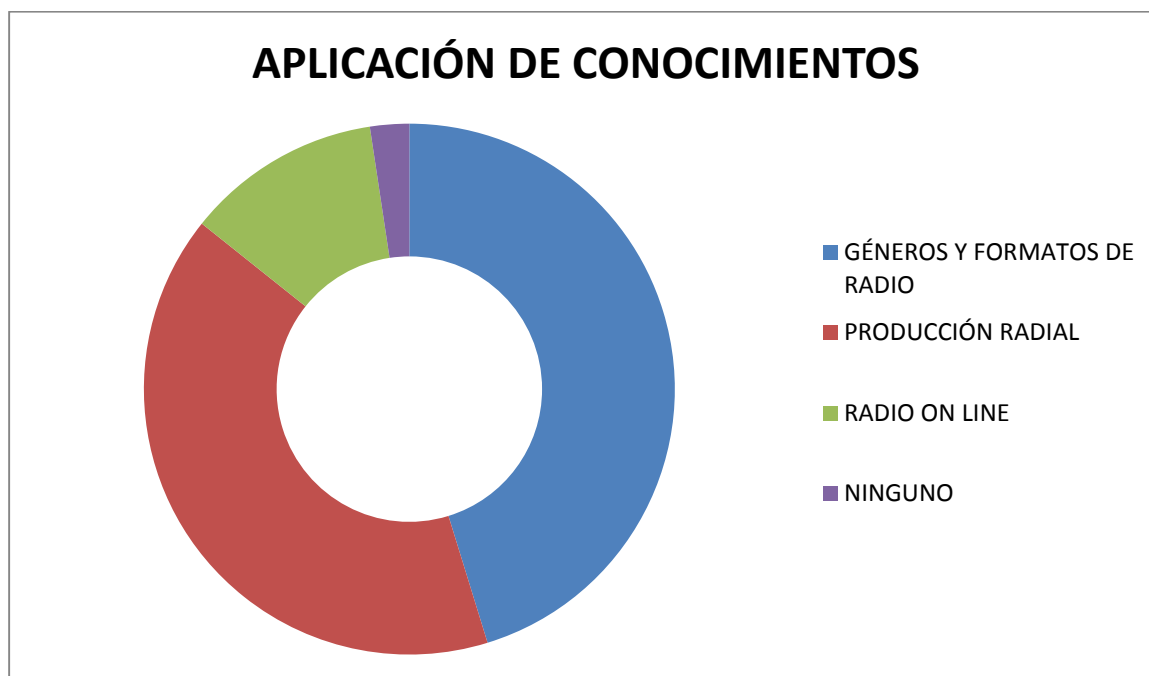


Figura 4

De todos los conocimientos que recibe los más aplicables a la radio según el 44% de alumnos, es la materia de géneros y formatos de radio donde reciben la manera correcta y profesional de crear guiones, formatos y estructuras correctas para la creación de guiones aplicables a la radio. Cómo, donde y cuando usar los diversos formatos de radio para complacerá nuestro público meta objetivo. El 39% opina que también la materia de producción radial es aplicable a la radio donde reciben temas como la creación correcta de guiones y la aplicación de programas de edición para presentar proyectos en clase.

5 ¿Qué considera que falta en la radio para ejecutar proyectos?

<u>PREGUNTA #5</u>	Frecuencia	Porcentaje
Tecnología y nuevos equipos	14	32,6
Responsable serio y profesional	8	18,6
Horario Flexibles	1	2,3
Mayor Publicidad y Promoción	10	23,3
Incentivos Académicos	9	20,9
Total	42	97,7
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 5

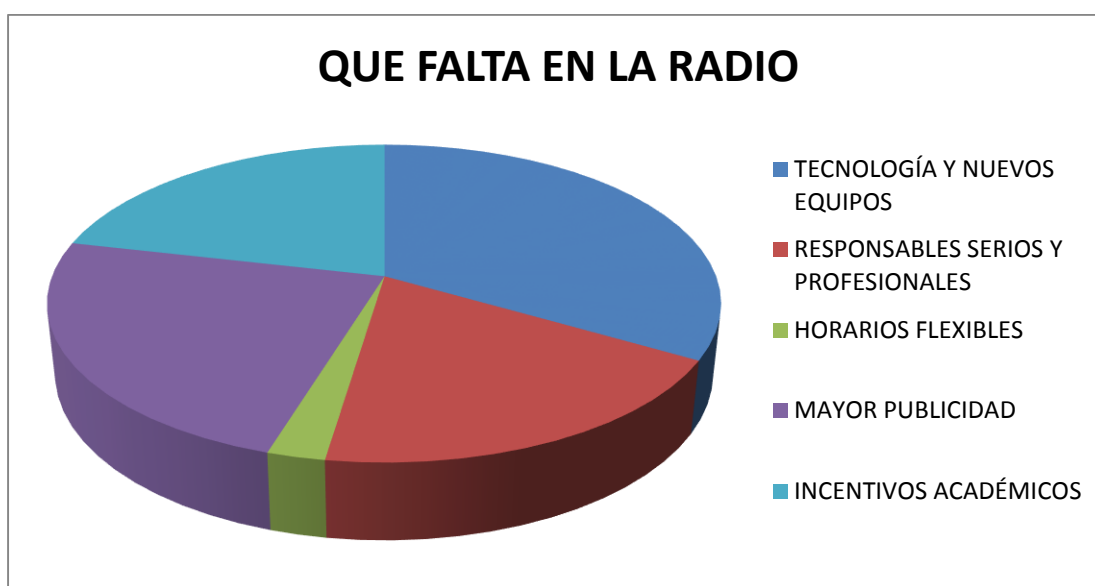


Figura 5

El 32% de los estudiantes opinan que la principal falencia de la radio es la falta de tecnología y nuevos equipos, ya que piensan que los equipos existentes de la radio carece de una tecnología, velocidad y capacidad propia de los programas actuales de edición de audios, además el 23% opina que debería existir mayor publicidad y promoción para una mejor audiencia. La radio, debe expandirse mediante sus

oyentes, los cuales, principalmente, deberían ser los propios estudiantes de comunicación social, pero al realizar la entrevista se denota un gran declive sobre la importancia y el uso de la radio, la cual a quedado en un segundo plano para los alumnos.

El 19% opina que se debería designar una persona seria y responsable profesional, la misma que se encargaría del manejo de horarios y coordinación de la radio, según los cuestionarios efectuados, la radio permanece en gran parte del día cerrada, por lo que el acceso se vuelve limitado, los directivos supieron expresar, que la radio está disponible para los alumnos, pero, los alumnos al tener gran deficiencia en la atención, sugieren la presencia de una persona, que a más de darles el ingreso a los laboratorios de la radio, sea un guía práctico y necesario, para la ejecución de proyectos, con bases sólidas y profesionales.

6.- Para mejorar la coordinación de la radio ¿Cuáles serían sus sugerencias en la programación y logística?

<u>PREGUNTA #6</u>	Frecuencia	Porcentaje
Uso de Redes Sociales	4	9,3
Personal Preparado	6	14,0
Participación Global y Equitativa	14	32,6
Mayor Organización y Flexibilidad de Horarios	18	41,9
Total	42	97,7
Total	43	100,0

Cuadro Nro. 6



Figura 6

El 41% de los estudiantes sugiere que la radio tenga mejor organización en cuanto a los directivos, a su vez mayor flexibilidad de horarios para que los estudiantes tengan mayor acceso a la radio. La falta de organización, genera el malestar en los estudiantes, quienes a la vez al encontrar diversas falencias, como la falta de personal serio en la radio, provocan que esté en segundo plano, los laboratorios permanecen inactivos por dicha situación.

El 32% de estudiante entrevistados, opinan que en la radio debería existir una participación global y equitativa en cuanto a los estudiantes donde se les permita realizar prácticas desde el principio del año, en especial en las materias más aplicables.

2.4 Análisis de sílabos y planes de clase.

Los sílabos y planes de clase, de radio, en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, comprenden cinco etapas o momentos: Los Géneros y Formatos de Radio, la Producción Radial, La Radio, Educativa y Ciudadana, La Radio En Línea y el Documental Radiofónico, que se dictan de manera presencial en relación directa con los estudiantes. Los sílabos de cada materia de radio fueron

utilizados en el período 2015, teniendo como Director de Carrera al Magister Hugo Humala Rojas y como docentes al Magister Wilson Gárate Andrade, al Magister Hugo Guillermo Ríos y al Magister Francisco Córdova, cada uno de ellos, presentan diferentes características que serán analizadas a continuación.

2.4.1 Géneros y formatos de radio

La materia de Géneros y Formatos de Radio, consta de una carga horaria de cuatro horas por semana, dividido en tres horas teóricas y una hora práctica, su objetivo principal, es entregar al alumno, la capacidad de armar guiones técnicos, para radio, para una entrevista, o para un espacio radial, respetando los tiempos y los distintos formatos de radio. El estudiante podrá establecer guiones, producciones y pre producciones dentro de un género radiofónico, de manera profesional y capacitada.

Dentro de sus objetivos específicos, encontramos en primer lugar, que el estudiante, logre diferenciar entre los distintos géneros y formatos de radio, según el contenido de producción de los mensajes, según la intención del emisor, según la segmentación de los destinatarios, se establecerán y conocerán las diferencias entre los géneros dramáticos, los géneros periodísticos y los géneros musicales, y finalizar con la realización de magazines.

Otra parte del aprendizaje se centrará en los guiones, aprender la teoría sobre el guión radiofónico, el uso y la diferencia entre un guión técnico y un guión literario, la locución radiofónica, el uso y aprendizaje de técnicas de locución tales como ejercicios de respiración, entonación, etc.

Como bases sobre el manejo de programas de edición, en éste sílabo, se contempla el conocimiento del manejo de editores de audio como Adobe Audition, Soundbooth, y automatizadores de programación como: Zara Radio y Radio 5.

Los recursos para el aprendizaje es un texto guía del autor Mario Kaplun sobre La Producción de Programas de Radio: el guion, la realización, de las Ediciones CIESPAL. Colección Intiyan. Editorial Quipus 1999. Quito- Ecuador. También se

implementa el uso de Pizarra, textos de consulta, aula de audiovisuales, material audiovisual, laboratorio de radio, computadores, grabadoras, internet.

En el ciclo de estudio, las evaluaciones principales, como es el examen inter ciclo y el examen final serán de carácter práctico con exposiciones expuestas ante el profesor y los compañeros de aula.

2.4.2 Producción radial

El siguiente sílabo a analizar se usó en el periodo septiembre 2015 – febrero 2016, dictado en el sexto ciclo de estudio de la carrera de comunicación social, con una carga de cinco horas o créditos teórico – práctico semanal. La materia de producción radial. Su objetivo principal, es aportar a que el alumno, cree, diseñe y proponga, proyectos de radio viables, accesibles y correctamente diseñados, para cualquier medio radial de comunicación, dentro de sus objetivos específicos, encontramos el dar a conocer el proceso de producción radial, crear, diseñar y dar a conocer productos radiofónicos, con alto contenido educativo, para finalizar con la generación de una nueva cultura, en programas para radio.

Brinda al estudiante la oportunidad de conocer, incorporar y caracterizar el trabajo en radio, desde un enfoque periodístico investigativo,

La pedagogía de la radio, la producción radial y de guiones, la realización, mediante el uso concreto y correcto de herramientas básicas de la radio. Forman parte de los temas que se dan a conocer en esta materia. Sus principales involucraciones, serán con trabajos prácticos de producción de programas radiales, mediante la consulta y trabajos de investigación. También se contará con el análisis de otros programas de radio Fm ya existentes, en la ciudad de Cuenca. Para la evaluación al estudiante, se tendrá en cuenta, al menos la presentación de dos trabajos quincenales, con exposición individual y revisión de material bibliográfico investigado. A más de ello, el examen inter ciclo y final es práctico, de igual manera, con revisión de material bibliográfico y exposición en clase. Con similitud a la materia de Géneros y Formatos de Radio se tiene como texto guía a Mario Kaplun con el texto Producción de Programas de Radio: el guion, la realización.

Ediciones CIESPAL. De la Colección Intiyan. Editorial Quipus 1999. Quito-Ecuador. Ya que este texto ofrece una información completa sobre el funcionamiento de la radio, manejo, e incidencias como medio de comunicación y las diferentes alternativas que brinda en el plano profesional.

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	CengageLearning	
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	
Cebrián Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciber radio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	
Cohen, Daniel y Pereyra, Martha	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	
Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	

Dentro del cronograma de actividades encontramos temáticas como el lenguaje de la radio, el mundo del medio radiofónico, los factores de la comunicación, también la técnica radiofónica donde se analiza el uso de efectos, el manejo de programas de edición de audio, el guión, sus principios básicos, su uso correcto, la realización, abarcando lo que es el proceso de producción, la ejecución de ensayos y el arte de estar frente a un micrófono, también el proceso de construcción, diagramación y trabajo de la radio en internet.

2.4.3 Radio educativa y ciudadana

La materia, se concibe como resultados del compromiso del comunicador social con su entorno inmediato, este compromiso se da como consecuencia de la aplicación de una serie de estrategias de aproximación y compromiso del interlocutor con las audiencias, También reflexiona en el concepto de ciudadanía y participación activa de los intereses individuales y de organización cívica y comunitaria. Esta materia, se dicta en el noveno ciclo de estudio, de la carrera de comunicación social, similar a las dos materias analizadas anteriormente, cuenta con una carga horaria de cuatro horas teórico - práctico por semana. Con respecto al objetivo de estudio, y el alcance de perfil profesional del periodista requerido, el alumno que cursa este sílabo, podrá crear material radiofónico de calidad, en el ámbito comunitario o alternativo, así, como producción para radio por internet. Como sus objetivos específicos, está la constante elaboración de programas con nuevos contextos, elaborar y realizar, programas viables para la comunidad, estos presentan objetivos, planes de trabajo, ventajas, visión, misión, etc., y busca la creación de una nueva cultura en los programas de radio.

Su metodología de estudio, inicia con la introducción teórica y progresivamente su aplicación en la práctica, con la elaboración de trabajos de investigación y ejercicios prácticos, mediante la inserción del alumno, en proyectos con material preparado para cada unidad de estudio, este plan de trabajo, se basa y busca, que el alumno participe en las clases teóricas con exposiciones del tema a tratar, realice trabajos prácticos monitoreados y expuestos en clase. Verificar la constante investigación del alumno con los temas a tratar, incentivar al alumno a la creación y participación dentro de programas en comunidades, para así realizar su proyecto de radio comunitaria.

El estudiante encontrará la capacidad de conceptualizar los conceptos de educación y ciudadanía, para, a través de ello, establecer características que identifiquen y particularicen la misión de las radios educativas y ciudadanas.

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Ander-Egg, Ezequiel	2015	La ciudad educadora: Como forma del fortalecimiento de la democracia y de una ciudadanía activa y de convivencia.	Brujas	300.18 SI
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	300.18 SI
Cebrián Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciber radio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	300.18 SI
Cohen, Daniel y Pereyra, Martha	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	300.18 SI
Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	300.18 SI
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	CengageLearning	300.18 SI

De igual manera que las dos materias revisadas anteriormente, ésta cátedra consta de examen inter ciclo y examen final teórico, y con texto guía de Antonio Cabezas y Amable Rosario sobre “*La emisora popular*”, Mario Kaplun con el texto de Producción de Programas de Radio: el guion, la realización. Ediciones CIESPAL. Colección Intiyan. Editorial Quipus 1999. Quito- Ecuador.

Su cronograma de actividad inicia con el estudio de la radio popular, la radio comunitaria, y el contenido social de ellas, continúa con el análisis de las nuevas audiencias, su target, lo urbano, lo rural y la web en la radio, en el capítulo tres, de este se centra en el lenguaje social, el discurso, la vox populi, la jerga y la rigidez del discurso. Para finalmente encontrar contextos, factibilidades, alcances y ejecuciones de proyectos.

2.4.4 Radio en línea

El análisis del silabo de la materia Radio “On Line” (usado el término Radio en Línea para este proyecto investigativo) fue utilizado en el periodo académico marzo – julio 2015 con cuatro horas o créditos semanales presenciales. Se comprende al escenario del internet como una plataforma de realización audiovisual, transformando el audio en texto, fotografía y video.

Radio En Línea es una materia práctica que busca entregar conocimientos básicos sobre los fundamentos de la comunicación, dando forma al sentido de la radiodifusión y su inmersión en ella, se relaciona con el estudiante mediante la comprensión de la radio en línea en base al escenario del internet, controlando contenido, texto, fotografía y video, indagando en la colaboración y participación de la audiencia con aproximaciones a públicos cada vez más objetivos. La realización audiovisual y los grupos corporativos serán ejes fundamentales de formación dentro de la radio On Line, ya que éstos ejercen la función de consumidores del proceso comunicativo, la producción de éstos, serían presentados en la Red de Radios Universitarias del Ecuador. La Radio En Línea es operativa y práctica, que se sumerge en que la radio es un medio tradicional y digitalizado para la comunicación de masas. Contiene soportes conceptuales y teóricos aliados a teorías de investigación, formulación de proyectos mediáticos apoyados en la ciencias de la sociología, etnografía, antropología y psicología como ciencias sociales aplicables a las ciencias de la comunicación y la información.

Bibliografía:

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	
Cebrián Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciber radio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	
Cohen, Daniel y Pereyra, Martha	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	
Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	Cengage Learning	

2.4.5 Documental radial

El sílabo a analizar, se dictó en el periodo académico marzo 2015 – agosto 2016 bajo la tutoría del Mgt. Francisco Córdova Idrovo, documental radial, se dicta en el séptimo ciclo de la carrera de comunicación social, dispone de un total de 5 horas o créditos teórico-prácticas por semana, busca compartir y crear significados con el objetivo de que el receptor o perceptor lo signifique. La asignatura crea productos comunicacionales con imaginación y creatividad con parte cognitiva para comprender el contexto en historia narradas.

Su objetivo es aproximar a los estudiantes al conocimiento y estudio teórico y práctico en el contexto radiofónico dominando las estrategias de la pre producción, producción y pos producción del documental.

En sus cinco unidades de estudio, inicia sus sesiones con el análisis de la radio en la vida de cada uno, contextos, sociedades, características y la involucración del lenguaje radiofónico en cada uno de ellos, el uso de la palabra, el uso y los momentos correctos de la música, los efectos sonoros, el trabajo del silencio, el análisis y los tipos de documentales radiofónicos, para involucrarlos en la era digital, analizando, audiencias y el quehacer del periodismo radial.

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

<i>AUTOR</i>	<i>TÍTULO</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>AÑO DE PUBLI- CACIÓN</i>	<i>EDITORIAL</i>
PÉREZ, Gladys	El documental radial	070.194 67586	1992	Ciespal
TUBUA, Daniel	El guion del siglo 21: el futuro de la narrativa en el mundo digital	791.437 112854	2011	Alba

LABRADA, Jerónimo	El sentido del sonido: la expresión sonora en el medio audiovisual	778.534 4 112857	2009	Alba
MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar	Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa	Primera	2005	EUNSA
BERDASCO Ganceda, Yolanda	Comunicación Radiofónica	Primera	2014	CEF

2.5 La Radio como un laboratorio práctico

Los laboratorios de radio constan de equipos necesarios para la creación, edición y difusión de los diferentes proyectos en que se enfocan los estudiantes de periodismo, cabe destacar que los dos laboratorios de radio han sido puestos al alcance de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, los sílabos de radio demuestran y ponen en consideración, el uso, la manipulación técnica y profesional de ciertos programas necesarios para la edición de audios. Las distintas materias de radio, (Radio On Line; Radio Educativa y Ciudadana; Producción Radial y Géneros y Formatos de Radio) contemplan dentro de sus planificaciones la necesidad del uso del laboratorio de radio. El director o coordinador encargado debe presentar su completa colaboración con los estudiantes de radio, pero no debe darle haciendo los proyectos.

Los laboratorios de radio o como los escribe el Dr. José Javier Marzal Felici en su libro el *“Area de Comunicació Audiovisual i Publicitat en el Dep. Filosofia i Sociologia- Universitat Jaume I de Castelló”* **locutorios o radio fórmula**, y los describe en cuanto a una cabina o laboratorio de radio tradicional:

- a) Locutorio.- Un espacio acústico acondicionado para locutores, entrevistas, periodistas, invitados, donde se destaca la presencia de equipo técnico como micrófonos (en general dinámicos), auriculares, pantallas acústicas, circuitos de órdenes desde el control técnico y luces de señalización que indican cuando está en el grabación o en el aire cada micrófono. Las pantallas acústicas llevan un circuito que conmuta el cierre de los micrófonos para evitar acoplamiento de sonido.
- b) El control técnico (Prado, Estructura de la información radiofónica. , 1981).- Normalmente alberga un puesto técnico y personas que pueden asistir a la producción de un programa (editor informativo, productor, director, etc.) El equipo común, más frecuente consta de:
 - 1) 2 ó 3 cartucheras de cinta sin fin a reemplazar por mini disc con ráfagas sintonías, etc.
 - 2) 2 mini disc con RAM para almacenar primeros segundos con cada pista de sonido, que permita arranques instantáneos.

- 3) 2 reproductores de CD de alta gama.
 - 4) Giradiscos de arranque instantáneo
 - 5) 1 ó 2 casetes o pletinas para reproducir y grabar.
 - 6) 2 ó 3 reproductores/ grabadores de cinta abierta (tipo Revox)
 - 7) Mesa de mezclas preparada para radio (líneas microfónicas, mute grande, líneas telefónicas, función talk back o retorno)
 - 8) 2 ó más líneas de teléfono.
 - 9) 1 DAT estacionario, para grabación de programas pre grabados y emitir en diferido
 - 10) 2 pantallas acústicas de campo cercano (Yamaha NS-10 / Rogers)
 - 11) 2 pantallas acústicas normales (con buen altavoz de grave, tipo JBL)
- Todo este equipo está instalado en forma de U invertida, hacia el cristal o la venta acústica que permite visualizar el interior del locutorio.

Cada sala de control lleva un locutorio, al conjunto de sala y locutorio se lo conoce como Estudio.

2.6 La red de radios universitarias del Ecuador

El propósito de todo radiofonista universitario debería estar ligado al estar en constante actividad para llegar al espacio de la red de radios universitarias del Ecuador. La Red de Radios Universitarias del Ecuador, RRUE, es, desde el tres de abril de 2014, la quinta agremiación que integra la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, RRULAC. La inclusión de la RRUE en la RRULAC fue decidida en el marco de la reunión anual de la organización internacional, desarrollada en Ciudad de la Plata, Buenos Aires, Argentina, a propósito de celebrarse, cada cinco de abril, el Día Latinoamericano de las Radios Universitarias y los 90 años de la Radio de la Universidad de La Plata. Juan Manuel Aguiló, presidente de la RRUE, en compañía de la delegación ecuatoriana integrada por Daniela León, Guillermo del Campo y Ricardo Tello, fue el encargado de presentar la postulación y argumentar las razones por las cuales la red ecuatoriana debía ser considerada dentro a esta organización que acoge a las redes de Argentina, Chile, Colombia, México, y desde esta semana a Ecuador. Durante la asamblea Ecuador alcanzó, además, la vicepresidencia de Investigación y Publicaciones de la

RRULAC, instancia que se encargará de coordinar y generar investigaciones científicas relacionadas con la operación de las radios en las Universidades ecuatorianas, iniciativa apoyada por el Ing. Javier Walter Véliz Madinyá, MBA, Secretario Nacional de Telecomunicaciones. Durante un evento académico paralelo la delegación ecuatoriana presentó una ponencia sobre la situación de la radio universitaria en el Ecuador, las nuevas regulaciones en materia de comunicación social y las iniciativas propuestas por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones para promover las radios comunitarias desde la base académica de las radios universitarias. (Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, 2014)

2.7 Sobre el Director de la Radio Universitaria y su proyecto de dirección

Respecto a las redes RRUE y RRUALC, la Universidad de Cuenca, cuenta con una participación activa dentro de ellas, su representante principal es el Mgt. Wilson Gárate Andrade que, como director de la Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca, trabaja como tesorero del Directorio RRUE. (Andrade M. W., 2016)

Una breve descripción del Director de la Radio Universitaria, El magister Wilson Gárate Andrade, quién a realizado:

- *Estudios de pregrado y postgrado.*
- *Licenciado en Ciencias de la Información, por la Universidad de Cuenca. Magister en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación por la Universidad de Cuenca y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO*
- *Profesor de las asignaturas Teorías e Investigación de la Comunicación Social, desde 2007. En las universidades: Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca.*
- *Director, coordinador del Grupo de Investigación de la carrera de Ciencias de Comunicación, de la Universidad de Cuenca.*
- *Profesor invitado para dictar módulos de Diseño de Investigación en Comunicación para cursos de graduación en las dos Universidades.*
- *Profesor de Radio On Line, Radio Educativa y Ciudadana; Géneros y Formatos de radio; Producción de Radio.*

- *Director de Radio Universitaria.*
- *Miembro del Directorio de la Red de Radios Universitarias del Ecuador, RRUE.*
- *Representante a la coordinación del III Encuentro de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe. Encuentro RRULAC. Buenos Aires 2015.*

El Proyecto con el que inició la Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca, (acorde a la información otorgada por el Director de la Radio) inició bajo el slogan “*Radio Universitaria, investigación, docencia y cultura en Cuenca y la Región, Los colores y los sonidos del Austro*”, un proyecto que puso como Director y Coordinador al Mgt. Wilson Gárate, el proyecto para la dirección y coordinación de programación de la Radio Universitaria, procura la continuidad de funcionamiento de la estación de radio virtual y su proyección para adquirir una señal abierta en frecuencias Am y Fm. Para lo cual, la Universidad, concedió una cabina para producción y emisión de programas.

EL objetivo del proyecto, es desarrollar los procesos administrativos adecuados, sus objetivos específicos, buscan adecuar los espacios para la producción, realización y emisión, de una manera regular, y definir los procesos, normativas y regulaciones administrativas, para el correcto funcionamiento de la Radio Universitaria. Así, promover los tres ejes de desarrollo universitario, la producción científico-técnica; cultural; y, académico-docente.

Los resultados que se esperan son:

- La adecuación de confortables espacios para producir, realizar y difundir programas de la Radio Universitaria.
- Organizar los procesos administrativos en una organización interna flexible y de colaboración.

Su finalidad, ser una radio Universitaria con programación que propicie compañía y desarrollo profesional y académico, difundiendo la cultura de la región, la radio universitaria debe ser un espacio de realización y producción de programas.(Andrade W. G., 2012)

2.8 El laboratorio de audiovisuales y la prestación de de equipos

El siguiente manual de uso de los laboratorios de radio, fue aprobado con fecha noviembre de 2012, en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

2.8.1 Sobre los Docentes

1. Al ingresar a los Laboratorios, tanto para clase como para prácticas de los estudiantes, el profesor asume la responsabilidad de los Laboratorios y su equipamiento.
2. El docente solicitará el uso de los laboratorios con 48 horas de anticipación al Administrador de Recursos Educativos, indicando sus necesidades en cuanto a equipos, horario y de ser el caso, nombres de estudiantes que usarán los Laboratorios, el horario está sometido a su disponibilidad.
3. El docente deberá ingresar al Laboratorio antes que los estudiantes, y permanecerá en el hasta el final de la clase o práctica y se responsabilizará de dejar el aula cerrada, chequeada y sin estudiantes.
4. Cualquier inconveniente debe ser comunicado inmediatamente al Administrador de Recursos Educativos.
5. No se permite: fumar, ingerir alimentos, tomar líquidos, usar “chats” públicos, conectar o desconectar los equipos. Tampoco está permitido instalar software sin autorización.
6. El docente debe vigilar que se utilice únicamente el material audiovisual relativo a su asignatura.
7. Si el docente permite el ingreso de personas ajenas al curso, se hace responsable de cualquier pérdida o deterioro que pudiesen ocasionar en los laboratorios.
8. Con el fin de precautelar los ordenadores, el docente deberá indicar a sus estudiantes que desinfecten sus unidades de almacenamiento con el antivirus instalado en todas las computadoras. El profesor se hace responsable del buen uso y conservación de los equipos.

2.8.2 Sobre los estudiantes

9. Para tener derecho al uso de los Laboratorios de televisión, Audio y Video, el usuario estudiante debe tener:
 - a) Autorización por escrito del profesor correspondiente.
 - b) El respectivo documento cuyo formato se ajusta al préstamo de equipos y laboratorios que deberá ser solicitado en la Coordinación Técnica y llenado con todos los requerimientos que necesite con 48 horas de anticipación.
 - c) Carnet vigente que lo acredita como estudiante de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.
10. Se permitirá el acceso máximo a tres usuarios por isla de edición.
11. Ningún usuario podrá utilizar software de juegos y programas no autorizados.
12. El estudiante debe acatar la asignación de tiempo de uso del Laboratorio, según la disponibilidad de equipos y cargas de trabajo. Si el usuario necesita más tiempo este se podrá autorizar de acuerdo a la oferta de las instalaciones en ese momento.
13. El software disponible es propiedad de la Universidad, quedando estrictamente prohibida su reproducción, salvo los que sean freeware
14. No se permitirá el ingreso a los usuarios a áreas restringidas de los laboratorios de televisión audio y video sin autorización previa.
15. Por ningún motivo el usuario podrá alterar el funcionamiento del equipo así como intentar repararlo en caso de falla.
16. En ningún caso podrán estar estudiantes en los laboratorios de televisión audio y video si no se encuentra el encargado o docente del curso o si no cuenta con la autorización respectiva
17. En caso de comprobarse daño del equipo, siendo intencional o por mal uso por parte del usuario, deberá responder como determinen las autoridades respectivas.

2.8.3 Sobre la prestación de equipos

18. La prestación de equipos estará bajo la responsabilidad del administrador de recursos educativos.
19. los equipos se prestarán únicamente con autorización del profesor de la materia correspondiente, se debe llenar y firmar la correspondiente solicitud y se harán corresponsables.
20. Los equipos deberán ser devueltos a las dependencias respectivas del departamento de audiovisuales el mismo día de su préstamo.
21. La devolución de los equipos serán supervisados por el administrador de recursos educativos, quien de ser necesario emitirá un informe.
22. Las prácticas contarán siempre con la presencia del docente respectivo o del administrador de recursos Educativos.
23. En caso de pérdida o uso inadecuado del equipo, el docente presentará un informe precisando responsabilidades, o el docente asumirá la responsabilidad.
24. Previo al asentamiento de las notas al final de cada ciclo, el estudiante debe cumplir las normas de uso y prestación de equipos. El administrador de Recursos Educativos comunicará cualquier irregularidad. (Facultad de Filosofía, 2012)

2.9 La radio digital y la democratización de la palabra

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) colabora a que exista mayor democratización de la palabra, pero, esto provoca que más personas, ajenas a la comunicación social, tenga acceso a ella, hablando de un derecho de comunicación, como un derecho social, hay que tomar en cuenta tres aspectos básicos proporcionados en el documento de trabajo LA RADIO POPULAR Y COMUNITARIA EN LA ERA DIGITAL en el sitio web: www.es.scribd.com:

- 4 La noción de la comunicación como un proceso interactivo de intercambio de sentidos, un proceso masivo de alcance local y global.

- 5 La necesidad de la participación activa de los y las ciudadanas como un grupo de necesidades especiales, y los pueblos en todos los aspectos de la comunicación, haciéndola y no solo recibéndola.
- 6 La necesidad del acceso universal a todas las formas y tecnologías de comunicación.(scribd)

Al ver la radio como un proceso local y global, hablamos de una comunicación de masas, donde se parte desde un proceso de cultura general, la radio por internet evita límites, los oyentes son heterogéneos, donde la democratización de la palabra requiere disciplina para no rendir comentarios que podrían dañar la sensibilidad del público oyente. Al existir una necesidad de participación, la población se siente más activa y con necesidad de experimentar la radio, inclusive desde su propia casa, hay que admitir que el internet dio un salto sumamente importante en la generación de la comunicación, siendo esta mas instantánea, aunque no muy sustentable, por la falta de acercamiento cara a cara que era una de las principales maneras de comunicarse.

José María Garrido, director de una radio web, en una entrevista a mundoradio.com, manifiesta que *"El principal problema que tenemos que afrontar en el mundo de la Radio Digital es el elevado precio que tienen los aparatos receptores. Si no bajan los precios los consumidores no se van a sentir tentados por un modelo nuevo de radio"*.(Limada)

2.10 La transmisión digital del audio

Sistema Dab.- Con sus siglas del término en inglés digital audio broadcasting— es un estándar de emisión de radio digital desarrollado por EUREKA como un proyecto de investigación para la Unión Europea (Eureka 147). DAB está diseñado para receptores tanto de uso doméstico como portátiles para la difusión de audio terrestre y mediante satélites, la cual también permite introducir datos. Del espectro radial usa las frecuencias de la Banda III y Banda L.

La tecnología fue principalmente desarrollada en la década de 1980, aunque el proyecto comenzó en 1987 y finalizó en 2000. Más de 285 millones de personas en

todo el mundo pueden recibir más de 550 servicios DAB diferentes. El Reino Unido fue el primer país que implementó un servicio de DAB, de parte de la BBC y radioemisoras comerciales, en Londres en 2001 y posteriormente a nivel nacional.

En febrero de 2007 se lanzó una versión actualizada llamada DAB+, que no es compatible con los equipos receptores anteriores. El DAB+ es aproximadamente tres veces más eficiente que el DAB al usar el códec de audio AAC+. Además la calidad de la recepción es más robusta en el DAB+ que en el DAB ya que la primera incluye la codificación de corrección de error Reed-Solomon. El desarrollo y difusión del DAB está a cargo del WorldDAB, que además promueve el Digital Multimedia Broadcasting (DMB) Para recibir los servicios de la Radio Digital se necesita un receptor específicamente diseñado al efecto. Los aparatos domésticos y los que se han diseñado para automóviles ya están disponibles en los países donde se ha adoptado la Radio Digital. Empresas como Arcam, Sony, Cymbol, Tag Mac Laren, Panasonic y Sangean han lanzado aparatos de Radio Digital y muchos otros fabricantes ya los están preparando. Clarion, Grundig, Kenwood, JVC, Pioneer y Sony tienen a la venta radios digitales para automóviles. Así que el principal reto del sistema DAB es conseguir que esos precios se reduzcan para poder ser adquiridos por los usuarios. (wikipedia, 2016)

CAPITULO 3

Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación

Por medio de la información obtenida del análisis de la Radio En Línea de la Universidad, considerando los antecedentes presentados, cuestionario realizado a los estudiantes, y entrevistas a profundidad a los profesores, se presenta el siguiente Plan de Comunicación y Propuesta de Innovación.

3.1 El plan de comunicación y la propuesta de innovación y mejoramiento

Para iniciar este Plan de Comunicación, nos centraremos en la idea de que la Radio Universitaria necesita de un cambio estratégico, un cambio planificado y organizado para alcanzar nuevos objetivos dentro del proyecto vigente, un cambio que proyecte lo que es la Carrera de Comunicación Social.

La implementación del Plan de Comunicación, buscaría definir que se va a comunicar en la Radio Universitaria, a qué tipo de personas queremos dirigirnos en busca del momento ideal para enviar el mensaje. En resumen, vamos a planificar las acciones para cumplir los nuevos objetivos.

3.2 FODA de la Radio Universitaria

FORTALEZAS

La Radio Universitaria, cuenta con las siguientes fortalezas:

1. Su participación en los proyectos radiales dentro del Centro de Rehabilitación Social Turi, y su aporte a la Sociedad de No Videntes del Azuay.
2. Contar con un Director de amplia trayectoria profesional, como es el Mgt. Wilson Gárate Andrade, quien a su vez es representante dentro de la Red

de Radios Universitarias del Ecuador RRUE y la Red de Radios Universitarias de América Latina RRUAL

3. Poseer ya una infraestructura que si requiere mejoras pero ya cuenta con un espacio adecuado a las necesidades de una radio digital.

OPORTUNIDADES

1. Aprovechar el alto margen de alumnos que aportan con ideas para la continua actualización de programación y cambio de contenidos.
2. La oportunidad de contar con un público objetivo ya establecido como los es la Universidad de Cuenca, el mismo al que se le puede inducir la radio tanto como informativo y como entretenimiento.
3. La era digital obliga a las radios analógicas a cambiar su estructura, esto haciendo referencia a que la Radio Universitaria, ya cuenta con dicho cambio y puede aprovechar el mismo para la búsqueda de nuevos targets.

DEBILIDADES

1. Se ve como ya obsoleta la tecnología de equipos existentes en los laboratorios y cabinas de radio, dichos equipos requieren un cambio inmediato.
2. La falta de un coordinador permanente en la Radio Universitaria, genera que las instalaciones, tanto laboratorios como cabinas, no puedan ser aprovechadas por los estudiantes cuando ellos la necesiten.
3. La falta de un plan de control sobre los objetivos planteados.
4. Al no contar con proyectos estudiantiles que generen variedad en la Radio, está podría caer en la monotonía que encadena en la pérdida de audiencia.
5. El espacio físico de la Radio es muy reducido, lo que hace complicado la difusión de proyectos.

AMENAZAS

1. La falta de interés por parte de estudiantes por ocupar las instalaciones de producción de radio, pueden generar que las autoridades vean estos espacios como inservibles y las utilicen para otras necesidades de la Facultad de Filosofía.

2. La radio ha pasado por momentos de pérdida de red, refiriendo a los problemas técnicos (por ejemplo que en los meses de julio y agosto no había salida de audio a los receptores acorde a la entrevista realizada a Henry Gutama), esto declina en que la radio pierda sintonía e interés en ser escuchada.
3. La radio no forma parte constante de los eventos realizados en las distintas facultades de la Universidad, lo que provoca que otros medios analógicos radiales tengan presencia y se minimice a la radio que existe en el campus.

3.3 La contextualización

El siguiente Plan de Comunicación se desarrollará en la Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca, su cabina de producción se encuentra en el primer piso del Pabellón B de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Además cuenta con un laboratorio en la misma área y otro laboratorio en el tercer piso del edificio administrativo de la facultad.

Este se define como el espacio de trabajo donde se desarrollara el nuevo Plan de Comunicación.

3.4 El objetivo general de la radio

Se tomará como iniciativa del Plan de Comunicación, el objetivo general de la Radio Universitaria, propuesto por el Mgt. Wilson Gárate: *“Ampliar la producción de programas para la promoción y visualización de las actividades académicas, científicas y culturales de la Universidad de Cuenca y su entorno inmediato; colaborando con sus propósitos de excelencia en la formación, de investigación y vinculación con la colectividad; y de internacionalización”* (Gárate A. W., 2016)

La radio busca que sus laboratorios y cabinas, sean parte fundamental de producción de proyectos designados a estudiantes durante el ciclo de estudio, incentivando a que dichos proyectos conlleven investigación periodística en un ámbito real y así formar excelentes comunicadores sociales que conceptualicen tanto de manera teórica como práctica al medio radiofónico.

3.5 Objetivos específicos

El Plan de Comunicación contempla los siguientes objetivos específicos:

1. Crear vinculación constante entre las asignaturas de Radio y su práctica en la Radio Universitaria, para que ésta forme parte de la construcción y mejoramiento de los sílabos de radio acorde a sus necesidades actuales.
2. Organizar en cada ciclo de estudio un grupo de trabajo que realice la labor periodística de manera coordinada y organizada en la Radio, el mismo que colaborará constantemente en la realización de los programas y sus contenidos.
3. Convertir a la Radio en el principal difusor de información académica y estudiantil de la Universidad de Cuenca.
4. Coordinar de manera adecuada todos los proyectos estudiantiles de las asignaturas de Radio con los Docentes Tutores, Encargado y Director de Radio, para crear productos de calidad radiofónica.
5. Permitir el acceso permanente a todos los que deseen ser parte de la Radio Universitaria, acatándose al Reglamento Interno y al Manual de Uso de los laboratorios y cabinas de Radio.

3.6 Definición de público objeto

EL público objetivo de la Radio Universitaria, estaría centrado en todos los estudiantes, personal administrativo, docentes y entidades de la Universidad, su propósito es ser dentro de la Universidad de Cuenca, el primer y único difusor de información y entretenimiento.

3.6 El mensaje

El mensaje a transmitir en la Radio Universitaria constituye un lenguaje específico para un público objetivo de educación superior, ya que al ser la radio el difusor de información de cada Facultad, se necesita usar expresiones claras y concisas.

El mensaje enviado depende del público objetivo, refiriéndose dentro del ámbito periodístico, a que existirá un correcto feedback o retroalimentación del mensaje enviado con un campo de experiencia compartido.

El lenguaje utilizado será coloquial, el mismo que abarcará términos profesionales y comprensibles, acorde a cada investigación periodística en las diferentes facultades y de la misma radio.

Claro está, que para construir un mensaje correcto para una audiencia tan variada como son todos los actores de la Universidad de Cuenca, y si queremos constituirla como entidad, en la elaboración de cada mensaje radiofónico debemos respondernos las siguientes preguntas:

- ¿Qué necesita tu público saber?
- ¿Conoce tú público algo sobre la idea que quieres contarle?
- ¿Qué quieres contarle?
- ¿Le afecta de un modo directo o indirecto?
- ¿Le aportará beneficios?
- ¿Cómo podrá saber más detalles?

3.7 Target radial para el Plan de Comunicación

El producto final se enfoca a dos públicos objetivos:

Target 1.- Estudiantes comprendidos entre los 17 y 35 años de edad, que asisten a las diferentes Facultades de la Universidad de Cuenca.

Target 2.- Personal tanto administrativo como de servicio a la Universidad, comprendido entre los 20 y 55 años de edad, que laboran diariamente en las distintas áreas (secretarías, directivos, docentes, bares y comedores)

3.8 Estrategias y Acciones en el Plan de Comunicación

Al poseer un público objetivo amplio en conocimientos, las estrategias de comunicación interna y externa de la Radio Universitaria deben ser realizadas con más cuidado, debido a que podría llevar a una mala difusión del mensaje y dar de manera errónea conceptos y hasta juicios de valor, no se puede tampoco confundir estrategia con tácticas ya que dichas estrategias no solo serán utilizadas como recurso ante una falla en nuestra entidad radiofónica, serán las acciones que desarrollaremos en base a la estrategia que nos hemos marcado. Las estrategias para difusión de mensajes y cumplimiento de objetivos serían:

1. Para mejorar la producción de programas, la promoción y visualización de las actividades académicas, científicas y culturales de la Universidad de Cuenca y su entorno inmediato; se involucrará no solo al Director de la Radio, o solo a los encargados de ella; se incluirá a los docentes y se les exigirá un control de actividades y horas monitoreadas, sobre las actividades de los estudiantes dentro de los laboratorios de radio, esto ya deberá ser parte legible y necesaria de manera innata cuando se elabore los sílabos de cada ciclo de estudio.
2. Para crear una vinculación entre las materias de Radio y la Radio Universitaria, se verá a este medio de comunicación En Línea como un aporte necesario para los estudiantes, es decir, todo trabajo académico deberá tener el aval de los laboratorios de radio, convirtiéndola en un referente necesario para que los docentes aprueben los proyectos, esto haría necesario contar con reuniones constantes con el encargado de la Radio Universitaria y los docentes que den estos pensum de estudio, permitiendo así coordinar actividades, necesidades y falencias que se estén presentando durante la elaboración de proyectos estudiantiles.
3. Al crear una organización radial representante de la Universidad de Cuenca, se necesitará personal temporal y permanentemente para cada ciclo de estudio, un equipo de trabajo conformado por el mismo alumnado y un

responsable que coordinen la labor periodística de manera eficaz, para cubrir todo el acontecer universitario.

Dicho grupo de periodistas investigadores será modificado cada ciclo de estudio, debido a que los estudiantes, están normalmente en ingresos y egresos de los estudios universitarios en la Universidad de Cuenca, de esta manera, se contará con nuevas ideas cada inicio de clases y se evitará el monopolio.

El pertenecer a este equipo de trabajo, ayudaría de manera directa, en el caso de los estudiantes de periodismo, a cumplir sus Prácticas pre profesionales, el mismo que es requisito para obtener la titulación.

4. Una vez conformado el equipo de trabajo, se busca convertir a la Radio en el principal difusor de información académica y estudiantil de la Universidad de Cuenca, este trabajo generaría que el equipo periodístico se distribuya por toda la Universidad para cubrir actos sociales y académicos que necesiten de una difusión a través de la Radio Universitaria.
5. Los proyectos estudiantiles, tanto académicos como de voluntariado, se coordinarán con el encargado de la Radio, quién revisará la factibilidad del mismo e informará al Director de la Radio, para que él colabore con la designación de tutores para la difusión del mismo, así se creará productos radiofónicos de calidad.
6. La Radio Universitaria, dentro del Plan de Comunicación, dará apertura permanente a todos que deseen ser parte de ella, siempre y cuando respeten los manuales de uso de los laboratorios y cabinas de la radio. De esta manera se evitará su uso inadecuado por parte de estudiantes de la Carrera de Comunicación.

3.9 Los sistemas de control

Los sistemas de control tendrán la labor principal de verificar el cumplimiento de cada estrategia y acción dentro del plan de comunicación. La importancia del sistema de control dentro del plan de comunicación, es verificar ventajas y desventajas que ha tomado dicho plan durante su proceso de inclusión.

Dicho control, en el caso de la Radio, debe ser realizado en cada finalización del ciclo de estudio, donde se entregará al Director de la Radio Universitaria, el cronograma de actividades con metas y objetivos, como se los hizo posible y que falencias se encontró en el desarrollo de las mismas, la labor del Director y el Encargado de la Radio Universitaria, es mejorar y depurar errores que se puedan dar a futuro y que se hicieron evidentes con el grupo de trabajo actual. Es decir se realizará una retroalimentación del proceso en cada ciclo para buscar la manera de que los errores presentados no se vuelvan repetitivos y las fortalezas alcanzadas no se deterioren.

3.10 Estrategia de posicionamiento como herramienta del plan de comunicación, producción y realización de contenido

Luego de tener listo un Plan de Comunicación con el propósito principal de cumplir objetivos, señalare algunas estrategias de posicionamiento como parte del proyecto. Todos los resultados a continuación detallados, son resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Carrera y a los Docentes de Comunicación Social:

- a) Poner un encargado permanente en la Radio Universitaria.- Los estudiantes de la Carrera de Comunicación, encuentran varias falencias que hace que sus proyectos no cuenten con el aval de los laboratorios de radio, y mucho mas que no sean puestos en consideración para ser expuestos en ella, el encontrar cerradas las instalaciones de radio, generan estas acciones. Claro está que cuenta ya con un Director, el Mgt. Wilson Gárate, quién gestiona y maneja la parte administrativa de la Radio, pero ¿Qué hay de la coordinación interna de los proyectos estudiantiles? ¿Quién aparte de los docentes de la Carrera, verifica los usos de los laboratorios de radio?

¿Quién controla la difusión de imagen en plataformas digitales? La radio necesita un encargado permanente, con amplio conocimiento tanto periodístico como administrativo, quién a su vez, estaría en la radio con un horario de trabajo y controlando la programación radial. Un encargado de la radio daría vida a la misma.

- b)** Al tener un encargado la Radio, se contempla la creación de un equipo de trabajo, coordinado por dicho encargado y apoyado por el Director de la Radio Universitaria, dicho equipo de labor periodística, tendrá como principales participantes a estudiantes del área de Comunicación Social, y también con expectativa a contar con participantes de otras facultades. La importancia de este equipo de trabajo radica en que su campo de desenvolvimiento serán todas las facultades de la Universidad de Cuenca, para obtener información sobre las diferentes actividades, tanto académicas como estudiantiles, dichas noticias serán difundidas en la página de la Radio y en las redes sociales, así el estudiante de la Universidad comenzará a ver a las páginas sociales como un informativo de todo lo que sucede y sucederá en la Universidad. Claro está que este equipo no solo realizará audios (entrevistas, cuñas) también se incluye el trabajo fotográfico, video e imagen, que colaborarán a que la radio tenga el espacio digital que se necesita.
- c)** Un dato interesante obtenido al realizar el cuestionario realizado a los estudiantes de Radio, fue que querían ser participes de la radio pero, que querían reciprocidad, es decir, gratificaciones como estudiantes. Esto sería factible siempre y cuando los proyectos tengan aval de los docentes de radio y para ser expuestos en la radio digital. La participación y la inclusión de los estudiantes a los proyectos actuales de la Radio Universitaria, y en general a las proyecciones a futuro, no han tenido la acogida que se necesita, ya sea debido a deficiencias internas y externas que deberán ser superadas con el avance del Plan de Comunicación, pero los estudiantes no sienten la pasión por hacer radio, y se convierten los pensum de estudio en un recurso académico más, creo que al poner este “canje” de proyectos y

gratificaciones, los estudiantes se verán de una u otra manera incentivados para llegar a las instalaciones radiales.

Lo siguiente es involucrar a los interesados en los proyectos más sobresalientes de la Radio, como los que se dan en el Centro de Rehabilitación Social Turi y en la Sociedad de No Videntes del Azuay, también, se pondría ya en práctica la parte del Plan de Comunicación de crear un equipo de trabajo periodístico, donde todos los participantes ya ejerzan la profesión de una u otra manera. Cabe recalcar que las gratificaciones académicas deben contar con la coordinación de los profesores de las asignaturas de radio y el apoyo tanto del Coordinador de la Radio Universitaria, como la de su actual Director, para que la participación estudiantil sea satisfactoria y llene necesidades en los estudiantes interesados.

- d)** Un aporte a la Radio Digital, que como los ítems anteriores busca satisfacer el trabajo periodístico, sería el de crear una AUDIOTECA, la cual contaría con archivos de los mejores trabajos que se realicen a lo largo de un ciclo de estudio, esto corroboraría a que la Radio cuente con archivos digitales que podrían ser presentados durante emisiones con temas similares, o trabajar en coordinación con el Encargado designado de la Radio, para que acorde a los distintos temas que se traten durante una entrevista o un reportaje, se complemente esta información, dichos proyectos deberían ser presentados con tiempo coherente para su realización, pre producción y producción, y se coordinaría directamente con los docentes de las materias de radio, que informarán a los estudiantes de manera paulatina que tema se debe desarrollar y la calidad y cantidad necesaria para el trabajo a realizar, donde los mejores proyectos pasarán a ser parte de la Audioteca de la Radio Universitaria, y sus autores serán partícipes directos cuando se tome a consideración su proyecto para ser transmitido al aire, es decir, los ganadores que consigan que su producción esté en la audioteca, serán los mismos que lo presenten al aire en un espacio de la Radio Universitaria. Esto colaboraría al estudiante profesionalmente y se pondría a consideración de los docentes sobre la gratificación académica obtenida por

el trabajo realizado. Todo esto será organizado por el Coordinador de la Radio.

- e) Al tener ya un equipo periodístico, que trabajará con un público objetivo que es toda la Universidad de Cuenca, se considera de gran importancia, que conjuntamente con Decanos, Docentes y Autoridades actuales, se plantee un informe que exija a todos los sectores tanto administrativos, así como a bares y secretarías, dar prioridad por escuchar durante sus horas laborales la Radio Universitaria, la cual, contará con espacios programados cada media hora o cada hora de sintonía para informar a sus oyentes sobre todos los acontecimientos que se estén suscitando en la Universidad, con respecto a eventos, informes, congresos, comunicados sobre actividades a desarrollarse.

Toda esta clase de novedades serán informadas únicamente por la Radio Universitaria y verificadas por el equipo de trabajo. La radio al convertirse en una entidad de la Universidad participaría constantemente en todas sus actividades.

- f) Al ser ya la Radio Universitaria una entidad de participación permanente, con un equipo de trabajo que está en contacto directo con todas las actividades de la Universidad, necesitará difundir estas informaciones, ahora las redes sociales se han convertido en una gran herramienta de transmisión de información debido a su alto uso, redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y Youtube, serían los instrumentos principales para difundir la información recopilada, esto hace que el trabajo del estudiante periodista, no vea solo a la radio como audios, sino que busque la implementación de imágenes y videos, que son parte ya del desarrollo de radios digitales.
- g) También al ser la Radio Universitaria parte de la Universidad, necesitará cuidar muchos más su imagen, esto involucraría directamente a estudiantes de Relaciones Públicas, donde su trabajo fundamental consistiría en controlar la promoción de la Radio. La idea principal, es que la radio no solo

sea considerada como un espacio radial de la Carrera de Comunicación Social, sino que se involucre en todas las áreas de la Universidad de Cuenca y a la vez permita que todos los interesados ser participes de ella y contar con la apertura necesaria. La imagen corporativa de la Radio Universitaria, deberá incorporarse en todos los eventos que desarrolle la Universidad, para que se refleje la calidad de trabajo que se realiza en la misma. Los proyectos deben antes de ser posteados en redes sociales o páginas web, ser verificados por el coordinador de la radio, para controlar la difusión de contenidos y que no sean nocivos para los fines pertinentes de la Radio Universitaria.

- h)** Ahora, si se quiere obtener productos de calidad, tomemos en cuenta un factor de vital importancia, como es la tecnología actual con respecto a equipos de grabación y uso tanto de los laboratorios de Radio, como la cabina de la Radio Universitaria. Cuando se realizó la entrevista al Director de la Radio, Mgt. Wilson Gárate, se confirmó la necesidad existente de que se reemplacen ciertos equipos específicos, que no dan la respuesta adecuada al momento de realizar producciones radiofónicas, también los estudiantes de Radio, con las respuestas del cuestionario, consideran que los equipos están ya fuera de uso para realizar grabaciones o proyectos.

Para ello se presenta la siguiente propuesta realizado por el Mgt. Gárate para hacer factible esos cambios que se van a realizar, viendo necesaria la adecuación de:

- Provisión de Consola Digital Behringer XR18
- Adquisición de un monitor de estudio JBL LSR305
- Compra de:
 1. Micrófono de condensador Shure KSM313
 2. Pedestal de micrófono Hércules MS432B
 3. Anti pop Samson PS01
 4. Sub bajo de estudio JBL LSR310
 5. Audífono profesional Shure SRH840
 6. Amplificador de audífonos Samson S Phone 4
 7. Audífono de estudio Samson SR850

8. Toma de audífonos estéreo de 4mts.
9. Cable de audio para monitor de 2mts.
10. Cable de audio para sub bajo de 2mts.
11. Cable de micrófono balanceado de 4mts.
12. Cable para amplificador de audífonos de 2mts.

A más de ello, en este proyecto se solicita la adecuación de una sala de producción, una sala de locución para el laboratorio de narrativas audiovisuales; adecuación, insonorización y equipamiento de la cabina de la Radio Universitaria; eliminar la puerta de ingreso desde el pasillo para evitar contaminación de ruido y tráfico de personas.

La cotización presentada para obtener los equipos de audio para el estudio de grabación es de un valor de \$6480.20, con fecha de 09 de mayo de 2016.

- i) Un proyecto viable que se implementa en este proyecto investigativo, es crear un espacio radiofónico con radionovelas sobre historias de la ciudad de Cuenca, mitos y leyendas, donde los principales participantes serían los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, este proyecto será realizado como parte de las asignaturas de radio y contará con el apoyo de los docentes de estas asignaturas, los estudiantes armarán equipos de trabajo que se involucrarán en el área investigativa, de pre producción y producción de su radio novela, un jurado expondrá los mejores trabajos y estos serán presentados en la radio digital con entrevistas a sus autores e involucrados, también los ganadores tendrán el trabajo de subir a las plataformas digitales sus producciones, es decir, redes sociales y página web de la Radio. Cada proyecto contará con un tutor que será el guía principal para su ejecución.

Este proyecto busca que el estudiante encuentre el gusto por hacer radio, y hacerlo de una manera diferente.

- j) Se tiene ya definido que los sílabos de radio necesitan una revisión urgente, ya que en este proyecto se realizó el análisis de los mismos, encontrando cargas horarias no aplicadas a los horarios establecidos, normalmente se

encuentran más horas teóricas que prácticas o lo que suscriben como horas teórico-prácticas, si se va a tener horas practicas en Radio, estas deben ser monitoreadas por los docentes, para verificar en resumen, que se esté practicando la teoría.

- k) También se hace referencia con respecto a la revisión bibliográfica para la creación de los sílabos de estudio de cada ciclo de estudio, donde al tener autores y libros repetidos, como por ejemplo en los sílabos revisados se repite el libro de:

Cebrián Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	
---------------------------------	------	--	-----------	--

Esto, puede ocasionar que se repitan temas de estudio en los diferentes pensum, y para evitar que el estudiante vaya perdiendo el interés por hacer radio debemos evitar esto, así cada ciclo de estudio se revisaría material bibliográfico nuevo que extienda conocimientos prácticos y se vinculen con la teoría de cómo hacer radio.

- l) Finalmente, pongo a consideración y de manera continua la distribución de manuales de usos de los laboratorios y cabinas de radio, ya que al no conocer los respectivos trámites para su ingreso y uso correcto de equipos, puede generarse el mito que la radio sería solo para un grupo privilegiado, como se obtuvo las respuestas en el cuestionario a los estudiantes, cuando en realidad, no conocen, en su mayoría, el trámite para su acceso y su correcto uso.

Al hacer los manuales de uso, documentos públicos y expuestos dentro de la Carrera de Comunicación, posteados en páginas de la misma Universidad y colocados en diferentes informativos como pizarras informativas, hará que los estudiantes sepan que la radio es un espacio abierto, pero contiene reglas para todos los que deseen ingresar y usarla.

Otra herramienta para que recuerden siempre los estudiantes que la radio universitaria existe y está a disposición, es que al inicio de año se presente



los proyectos vigentes fotocopiados a cada alumno de la Carrera, para que sepan que pueden formar parte de ellos y se adjunten los manuales de uso, para que sepan hacia donde van proyectados aquellos que entren a formar parte del equipo de trabajo de la Radio Universitaria.

3.12 Planificación de Actividades dentro del Plan de Comunicación de la Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca

Objetivos	Días	Horarios	Actividades	Responsables	Ubicación	Recursos
Concurso de Radio Novelas	5 días, una vez por ciclo de estudio.	Los laboratorios de Radio estarán disponibles todos estos días desde las 09:00 a las 19:00	Se tomará una semana de elaboración de radio novelas sobre la vida de algún Interno del CRS Turi.	Docentes de las materias de Radio en coordinación con el Director de la Radio Universitaria y su Coordinador.	Laboratorios de Radio de la Universidad de Cuenca y el último día los mejores proyectos serán presentados en la Radio Digital	Audio (Entrevistas, opiniones) Imagen (Fotos, panorámicos) Video (Sesión con el entrevistado) Todo esto será subido a la plataforma digital de la Radio En Línea.
Difusión de Imagen de la Radio Universitaria.	Todos los días	El necesario por el estudiante.	Postear información relevante en las páginas sociales y web de la Radio Digital.	Toda información antes de ser colocada en plataformas serán aprobadas por el Coordinador de la Radio.	Laboratorios y Cabinas de Radio.	Material Digital (Imagen, Audio y/o Video)
Distribución de los manuales de uso de los laboratorios y cabinas de Radio.	Lunes de la segunda semana del mes de inicio de ciclo.	Acorde a cargas horarias de los estudiantes de Radio.	Imprimir y entregar archivos físicos a los estudiantes de Radio, los manuales de Uso de laboratorios y cabinas.	Coordinador de la Radio en conjunto con el Director de la Radio y Docentes responsables.	Aulas de la Carrera de Comunicación Social	Textos impresos.
Creación por ciclo del equipo de trabajo de la Radio Digital.	Primera semana de cada mes durante el ciclo de estudio.	Días Lunes de 17:00 18:00	Reunirse con los reporteros estudiantes de la Radio Digital y con todo aquel que desee integrarlo.	Director de la Radio Universitaria y Coordinador de la Radio.	Laboratorios de Radio.	Los disponibles para producción digital por parte de los estudiantes.
Presentación de Informes sobre actividades realizadas con los practicantes pre	Última semana de clases antes de los exámenes finales.	De 15:00 a 18:00	Informes de los que realicen prácticas pre profesionales sobre cambios estratégicos que necesita la Radio.	Estudiantes que realicen Prácticas	Laboratorios y cabina de Radio Digital.	Textos, documentos pdf, fotografía.



profesionales.

Selección de un representante por aula de los estudiantes de Radio.

1 día entre la primera semana de clases al iniciar el ciclo.	Acorde a la carga horaria de cada aula.	Escoger un representante por aula, quién estará en constante contacto con los principales involucrados de la Radio Universitaria, ante cualquier anomalía o necesidad presentada.	Todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, que estén cursando asignaturas de Radio.	Aulas de estudio de la Carrera de Comunicación Social.
--	---	---	--	--

Este cronograma de actividades se realizará en coordinación con la Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El quehacer periodístico, dentro del ámbito radial, ha sido parte de un gran cambio, el cual, lleva a sumergirse en el mundo digital con respecto al medio radiofónico, creando la visión de que la radio ha pasado de ser solo audio, y añadió la imagen y el video, que hace que la radio En Línea, sea mucho más completo en cuanto a su contenido y producción.

Es así como las conclusiones del proyecto, se detallan a continuación:

- A. Antes de iniciar el aprendizaje práctico en radio, se requiere bases teóricas, las cuales nos servirán para dar un apoyo al momento de crear proyectos radiales.

Hay que tener bien claro: su Pre Producción, respondiendo de manera concreta lo que quiere, cómo y con qué medios se hará posible; **una producción**, que pone énfasis en los objetivos planteados y particulares para tener salida al aire; **la programación** es similar, ya que lleva a cabo proyectos ejecutables, para un público objetivo, el éxito en esta etapa de la radio, es la capacidad creativa para llenar expectativas, y finalmente, **la promoción** que será ejecutable cuando se realicen con éxito los tres primeros ítems mencionados. Es decir, la radio depende de su propia capacidad creativa y de organización desde un comunicador social, para tener el éxito deseado.

- B. Los datos obtenidos de los estudiantes y profesores de la Carrera de Comunicación Social, a consideración de las encuestas y entrevistas realizadas, concluye que la Radio Universitaria, al ser parte de una Universidad de categoría A por su excelencia en docencia, investigación y vinculación con la colectividad, necesita mejorar su tecnología en cuanto a los equipos existentes en los laboratorios de radio y en la radio En Línea, adquisición de una nueva consola digital, monitor de estudio, micrófonos, pedestales, audífonos, amplificadores, cables de audio, cables de

micrófonos, anti pop y sub bajo. Se concuerda con el Director de la Radio Universitaria, y se da a conocer en el anexo I, que la actualización tecnológica de la radio, mejorará el interés del alumnado ya que actualmente, la Radio es partícipe del proyecto Voces del Alma, que se da en el Centro de Rehabilitación Social Turi, y cuenta con una relación cooperativa con la Sociedad de No Videntes del Azuay.

- C. La radio necesita ampliar su equipo de trabajo, es decir, el apoyo de nuevas personas que coordinen proyectos, horarios y accesos a los laboratorios, ya que el Director de la Radio realiza la gestión administrativa de la misma.
- D. Luego del análisis de los sílabos de radio, se llega a la conclusión, que la carga horaria establecida por la parte académica, debe ser rediseñada, ya que generalmente se obtiene 3 horas teóricas y 1 hora práctica, y también existe la carga teórico-práctica, que no establece parámetros de control sobre la cantidad real de horas practicas que debe tener un estudiante de radio.
- E. Los sílabos de radio requieren una actualización bibliográfica, ya que de acuerdo al análisis de los mismos se encontró autores repetidos. Esto al parecer de los datos obtenidos en el cuestionario a los estudiantes, genera que se den temas parecidos en cada asignatura.
- F. El quehacer educativo con respecto a la Comunicación Social, se centra en pulir al estudiante de manera humanística, pero, la necesidad principal de ellos, es adaptar sus conocimientos a las necesidades digitales actuales, por lo que las mallas y sílabos de la Carrera, deben estar en constante actualización para cumplir con estos objetivos.
- G. Se debería informar con más continuidad a estudiantes y profesores con respecto al proceso y reglamento del uso de los laboratorios de radio, de esta manera se cambiaría la visión de que son espacios poco accesibles.

H. Implementar el incentivo estudiantil, como gratificaciones académicas o el respaldo a la difusión de los mejores proyectos realizados en clase, en diferentes medios radiofónicos y en especial en la Radio Universitaria, ayudaría a encontrar ese gusto por hacer radio en los estudiantes, ya que las opiniones de los profesores entrevistados en este proyecto, con respecto a las necesidades de la Radio Universitaria, se centran en que los estudiantes no tienen el gusto por hacer radio, y en su mayoría, ven el realizar proyectos o investigaciones como algo forzado y necesario solo para avanzar un ciclo de estudio.

Recomendaciones

- A. Se sugiere que los proyectos estudiantiles de las asignaturas de radio, sean considerados no solo como creaciones de audio, ya que es fundamental, enseñar a postear imágenes, videos y usar las redes sociales para complementar el quehacer periodístico, y así complementarse a estos nuevos espacios digitales.
- B. Si la radio cuenta con los cuatro momentos fundamentales en la creación de espacios radiofónicos, se podría implementar estos aspectos para ser considerados durante la elaboración de cada sílabo de estudio, acorde a las cátedras designadas, así se llevaría un monitoreo y manejo de la parte práctica de los estudiantes, y se familiariza a ellos con realizar productos de calidad para medios radiales.
- C. La vinculación a los proyectos mencionados anteriormente, genera entusiasmo en los estudiantes para involucrarse a ser partícipes de la Radio Universitaria, se recomienda tomar en consideración este proyecto investigativo, ya que los resultados de las encuestas y cuestionarios, apuntan a un cambio estratégico y tecnológico dentro de los laboratorios de radio, la necesidad de nuevos equipos y planes de desarrollo, permitirá una ampliación de productos radiofónicos de calidad. Así se encontrará un punto de partida práctica, teórica y de vinculación tanto con el quehacer

radiofónico como el desenvolvimiento profesional dentro de una radio ya sea digital o analógica.

- D.** La constante actualización de la información dentro de los sílabos de radio, con referente a autores, textos y procesos de enseñanza, ayudarían a que los estudiantes se encuentren involucrados dentro de un área digital de la radio, en la que, en realidad, ellos se mueven fácilmente todos los días, y se complementaría con lo aprendido en las aulas de estudio.
- E.** Los manuales de uso de los laboratorios de radio, deben ser expuestos, posteados dentro de la carrera, para que el estudiante aprenda a usarlos de una manera adecuada, ya que estos procesos los verán siempre cuando salgan al ámbito laboral.
- F.** La manera más coherente de hacer que un estudiante encuentre pasión por los medio de comunicación, es mediante la práctica constante, así que los docentes, deben incentivar todos los días a usar los laboratorios disponibles en la Carrera de Comunicación.
- G.** Se recomienda a los estudiantes de la Carrera, poner más interés en los cambios y mejoras que se realizan en la Radio Universitaria, ya que antes no se contaba con estos medios que se convierten en un apoyo fundamental para la preparación profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- (Comp), D. C.-M. (2010). *Lenguajes de la Radio*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Aguinaga, D. (2002).
- Andrade, M. W. (2016). *Informe de trabajo 2015 - 2016*. Cuenca.
- Andrade, W. G. (2012). *Proyecto de Dirección de Radio Universitaria en la Universidad de Cuenca*. Cuenca.
- Arnheim, R. (1980). *La Estética Radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bustán, J. (4 de Diciembre de 2015). La radio universitaria. (R. Rodas, Entrevistador)
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros Informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, video*. Madrid.
- Cebrián Herreros, M. (1988, 1992). *op, cit.,*.
- Córdova, M. F. (15 de 09 de 2016). La vinculación de los estudiantes a la radio universitaria. (R. R. Cárdenas, Entrevistador)
- Corredoira. (1999).
- Costa, M. (1997).
- Costa, M. d., & Damas, S. H. (2004). *Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España. Comunicación y Sociedad*. Pamplona, España: C&S.
- Española, R. A. (1992). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Facultad de Filosofía, L. y. (noviembre de 2012). Manual de uso de los laboratorios de Audiovisuales y Prestación de equipos. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Faus. (1981).
- Gancedo, Y. B. (2014). La Comunicación Radiofónica. En Y. B. Gancedo, *Comunicación Radiofónica*. Madrid: Ediciones CEF.
- Gárate, A. W. (2016). *Plan de Gestión de Radio Universitaria*. Cuenca.
- Gobierno de España; *Media Radio*; (s.f.). Recuperado el 15 de MARZO de 2016, de La radio por dentro: <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque4/pag2.html>
- Guillermo, M. H. (15 de 09 de 2016). La vinculación del estudiante a la radio universitaria. (R. Rodas, Entrevistador)
- Gutama, H. (7 de Diciembre de 2015). La coordinación de la radio universitaria. (R. Rodas, Entrevistador)
- Herreros, C. (2001).
- Herreros, C. M. (2008).
- Herreros, M. C. (1983). *La mediación técnica de la información radiofónica*. Barcelona.
- Herreros, M. C. (1983). *La mediación técnica de la información radiofónica*. Barcelona: Mitre.
- Herreros, M. C. (1983). *La mediación técnica de la información Radiofónica*. Barcelona.
- Holgado, A. (2011, mayo). *Radio Itinerante, Radio en la escuela y la comunidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- J.J. Matras, e. S. (1983). *La mediación técnica de la información radiofónica*. Barcelona: Mitre.
- La vinculación de los estudiantes a la radio universitaria
- Limada, B. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 18 de 09 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos23/radio-multimedia/radio-multimedia.shtml>

- López, O. y. (2011).
- Martin Triana, J. M. (2016 de 07 de 14). *El libro de la ópera*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Parsifal>
- Merayo. (1996).
monografías.com. (s.f.). Recuperado el 12 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos43/encuesta-y-cuestionario/encuesta-y-cuestionario2.shtml>
- Newspaper, R. (2016 de 07 de 18). *The Inventions of Reginald A*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Reginald_Aubrey_Fessenden
- O'Callaghan, A. C. (1989). *Introducción al periodismo y la locución radial*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Olmo, S. (1995).
- Ortiz, M. F. (02 de 09 de 2016). Vinculación de los alumnos a la radio universitaria. (R. R. Cárdenas, Entrevistador)
- Pérez, X. S. (2013). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital. *Revista de estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*.
- Prado, E. (1981). *Estructura de la Información radiofónica*. Barcelona: ATE.
- Prado, E. (1981). *Estructura de la información radiofónica*. . Barcelona: A.T.E.
- Rafael, L. D. (8 de noviembre de 2010). *La teoría general de los sistemas en la organización radial*, Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/radio-y-la-teoria-general-de-los-sistemas/>. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/radio-y-la-teoria-general-de-los-sistemas/>
- Sanabria, M. F. (1992). *Radiotelevisión, comunicación y cultura*. Universidad Pontificia de Salamanca.
- scribd. (s.f.). *es.scribd.com*. Recuperado el 18 de 09 de 2016, de <https://es.scribd.com/doc/8168781/La-Radio-en-La-Era-Digital-02>
- Secretaría Nacional de Telecomunicaciones. (2014). *RRULAC*. Quito: Comunicaciones Senatel.
- Soler, M. (1998).
- Tesla, N. (2016 de 09 de 01). *Historia de la radio*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_radio
- Vidales, L. (2000).
- Vidales, L. (2005).
- Vitoria, P. (1998). *Producción Radiofónica*. México: Trillas.
- Vivaldi, M. (1973).
- wikipedia. (28 de julio de 2016). *wikipedia*. Recuperado el 18 de 09 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos23/radio-multimedia/radio-multimedia.shtml#ixzz4KfrF94oe>

ANEXOS



ANEXO A

Una prueba piloto se realizó a los directivos de la radio de la Universidad con el siguiente formato:

El siguiente cuestionario se realizará a los estudiantes de las cátedras de radio de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.

Fecha: _____

Ciclo de Estudio: _____ Ciclo.

¿Cuáles son los mejores horarios para utilizar el laboratorio de radio?

¿Conocen a los estudiantes responsables del laboratorio de radio?

¿Sabe Ud. el protocolo de uso del laboratorio de radio?

¿Los objetivos prácticos planteados en clases de radio son viables en los laboratorios?



¿Cómo hace factible acorde al espacio técnico de la radio, sus proyectos?

¿Ah recibido orientación sobre el uso de equipos y tipo de programas al llegar a la radio?

¿Enumere los equipamientos que debe poseer un laboratorio de radio?

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

OTROS



Gracias...

ANEXO B

El siguiente cuestionario, indagará la relación de los estudiantes de las asignaturas de radio, con el laboratorio y la radio universitaria. Su interpretación tendrá un uso estrictamente académico.

Nombre: _____

Edad: ____ años.

Ciclo de estudio: ____ ciclo.

Asignatura: _____

1) ¿Con qué frecuencia participa en la radio digital On Line de la Universidad?

- a) Diariamente.
- b) Cada semana.
- c) Cada 15 días.
- d) Cada mes.
- e) Nunca.

2) ¿Cómo participa en la radio universitaria?

- a) Con trabajos de clase.
- b) Voluntario, con proyectos independientes.

3) Si tuviera oportunidad de hacerlo, ¿Cómo le gustaría participar en la radio?
Explique...



4) ¿Cuáles de los conocimientos teóricos obtenidos en clases de radio, son aplicables en proyectos? Explique:

5) ¿Qué considera que falta en la radio para ejecutar proyectos? Explique:

6) Para mejorar la coordinación de la radio, ¿Cuáles serían sus sugerencias en la programación y logística? Explique:

Gracias por su colaboración.

ANEXO C

El siguiente cuestionario, analizará la relación de los profesores, con las asignaturas de radio, y con el laboratorio y la radio universitaria, su interpretación, tendrá un uso estrictamente académico.

1. ¿cuáles son las maneras de involucrar a los estudiantes a participar en la radio digital de la Universidad?
2. En las asignaturas ¿Cómo se implementa o se podría implementar mayor participación de los estudiantes?
3. En los sílabos de radio, ¿Cuáles son los contenidos que se priorizan?, ¿Cómo se complementan a las actividades prácticas?
4. ¿Cuáles son los proyectos que una radio universitaria necesita?
5. ¿Cuáles serían las sugerencias, en la programación y logística, para una radio universitaria?

ANEXO D**SILABOS DE RADIO: GÉNEROS Y FORMATOS DE RADIO**

ASIGNATURA: GÉNEROS Y FORMATOS DE RADIO.

EJE DE FORMACION PROFESIONAL.

CREDITOS/HORAS SEMANALES:

CLASES TEORICO PRACTICAS	3 HORAS
CLASES TEORICAS	1 HORA
TOTAL	4 HORAS

MODALIDAD: Presencial, en relación directa con los estudiantes.

PROFESOR RESPONSABLE:

OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

*Según el requerimiento de capacidad del profesional en Periodismo y Comunicación Digital, el alumno estará en capacidad de preparar y conocer el lenguaje radiofónico, armar un guion técnico o rutina para radio, entrevista radiofónica, armar una tanda estándar, respetando tiempos y formatos. Pre – producción y producción de un género radiofónico .Puesta en el aire de un programa de radio.

* El alumno estará en capacidad de distinguir y producir los distintos Géneros y Formatos de una manera técnica y profesional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer los diversos formatos de radio.
- Escribir correctamente para radio.
- Elaboración de trabajos prácticos.
- Ubicar estos conocimientos en el contexto radiofónico latinoamericano.

CONTENIDOS:

UNIDAD	SESIONES	HORAS
1.- PRINCIPIOS E HISTORIA DE LA RADIO	8	16
2.- GÉNEROS Y FORMATOS DE RADIO.	8	16

3.- REDACCION RADIOFONICA Y LOCUCION RADIAL	8	16
4.- EDITORES DE AUDIO	8	16

MÉTODOS DEL APRENDIZAJE Y FORMAS DE ENSEÑANZA:

Se aplicara como metodología, inicialmente una introducción teórica solida en el alumno y simultáneamente y de manera progresiva su aplicación en la práctica, mediante la elaboración de trabajos de investigación y ejercicios prácticos, además el alumno contara con material preparado para cada unidad del presente plan.

Las actividades a realizarse para cumplir con este plan son las siguientes:

- Clases teóricas con participación del alumno en la exposición del tema a tratar.
- Trabajos prácticos los cuales serán presentados y evaluados en clase.
- trabajos de consulta e investigación.
- visitas a medios locales.
- monitoreo de medios radiales para su análisis.

RECURSOS O MEDIOS PARA EL APRENDIZAJE:

Como recursos para el correcto desempeño de la cátedra se tiene previsto utilizar entre otros los siguientes:

Pizarra, textos de consulta, aula de audiovisuales, material audiovisual, laboratorio de radio, computadores, grabadoras, internet.

EVALUACIÓN:

Presentación de trabajos	15puntos	Se revisara cada semana por lo menos 2 trabajos, Exposición individual. Investigación o material bibliográfico
Pruebas mensuales	20 puntos	Serán escritas y en base a lo visto en las respectivas clases y exposiciones.
Examen interciclo	20 puntos	El examen será práctico y expuesto ante los demás compañeros y profesor.

Trabajos intermedios	15 puntos	Visitas a medios y elaboración de trabajo grupal.
Examen final	30 puntos	Examen práctico, con la aplicación de lo aprendido
TOTAL	100 puntos	

TEXTOS GUÍA:

Kaplun Mario. Producción de programas de Radio: el guion, la realización.

Ediciones CIESPAL. Colección intiyan. Editorial Quipus 1999. Quito- Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

- "Manual urgente para radialistas apasionados y apasionadas". José Ignacio López Vigil. Lima, abril 2005
- García Camargo, Jimmy. Ecuador. EC. CIESPAL. 1980. RADIO. SONIDO. PROGRAMAS DE RADIO.

Ofrece una información lo más completa posible sobre el funcionamiento de la radio, su manejo, sus incidencias como medio de comunicación y las diferentes alternativas que brinda en el plano profesional.

CRONOGRAMA:

TEMAS:	SESIONES	HORAS
1.- Historia de la radio; Hertz. Marconi. Fleming. El milagro del sonido. La Radiodifusión. La radio en América Latina. La radiodifusión en Cuenca. La radio digital	6	10
2.- GÉNEROS Y FORMATOS RADIALES. Introducción Según el modo de producción de los mensajes Según la intención del emisor Según la segmentación de los destinatarios Género dramático Género periodístico	10	20



Género musical Magazines		
El guion radiofónico. Guion técnico. Guion literario Taller de Locución radiofónica: Ejercicios de respiración. Dicción, articulación, ritmo, entonación.	12	16
Editores de audios: Adobe audition. Soundbooth. Automatizadores de programación: Zara radio Radio 5	12	18

ANEXO E

SILABOS DE RADIO



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

PERÍODO ACADÉMICO: Septiembre 2015- febrero de 2016

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:
Producción Radial

CÓDIGO:

10087

CARRERA	Ciencias de la Comunicación
CICLO	VI
EJE DE FORMACIÓN	<i>Humanística, <u>profesional</u>, básica, optativa o libre elección.</i>

NÚMERO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA	5
-------------------------------------	---

TEÓRICAS	
PRÁCTICAS	
TEÓRICO-PRÁCTICAS	5
TOTAL	5

PROFESOR(A):

Perfil del Docente. Breve descripción sobre:

- Estudios de pregrado y postgrado.
- Wilson Gárate Andrade. Licenciado en Ciencias de la Información, por la Universidad de Cuenca. Magister en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación por la Universidad de Cuenca y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO
- Experiencia relevante, relacionada con la asignatura que está a su cargo:
- Profesor de las asignaturas Teorías e Investigación de la Comunicación Social, desde 2007. En las universidades: Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca.

- *Director, coordinador del Grupo de Investigación de la carrera de Ciencias de Comunicación, de la Universidad de Cuenca.*
- *Profesor invitado para dictar módulos de Diseño de Investigación en Comunicación para cursos de graduación en las dos Universidades.*
- *Profesor de Radio On Line, Radio Educativa y Ciudadana; Géneros y Formatos de radio; Producción de Radio.*
- *Director de Radio Universitaria.*
Miembro del Directorio de la Red de Radios Universitarias del Ecuador, RRUE.
Representante a la coordinación del III Encuentro de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe. Encuentro RRULAC.
Buenos Aires 2015.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

- *Ubicar en el eje de formación.*
- *La asignatura Producción Radial forma parte de uno de los ejes de formación profesional de la carrera de Comunicación Social, con énfasis en Periodismo. Con Géneros y formatos de radio; Radio Educativa y ciudadana; y, Radio On line, completa el perfil necesario para conseguir en los estudiantes las capacidades y destrezas de producción y realización de proyectos de radio.*
- *Tras un recuento de las características y fundamentos de la radio como medio de comunicación y la familiaridad con la capacidad de generar ideas e historias para ser contadas, desde un punto de vista periodístico, los estudiantes adquieren las herramientas de producción y realización que les facilite un desempeño inmediato en la elaboración de información, en todas las posibilidades de los géneros y formatos de radio como aquellos que los complementan para enriquecer las posibilidades de expresión de mensajes noticiosos, de interés público general y relevantes para audiencias cada vez más específicas, exigentes, interactivas y participativas.*
- *Los estudiantes son capaces de estructurar grupos de trabajo para generar información periódica y con rigor necesario en una radio hablada, educativa y de construcción de valores. También los de proponer otros géneros y formatos como el reportaje interpretativo, el documental radiofónico en varias entregas y series.*

PRE-REQUISITOS		CO-REQUISITOS	
Asignatura	Código	Asignatura	Código
Radio On Line	10078		
Géneros y formatos de radio	8638		

OBJETIVO(S) DE LA ASIGNATURA:

- Idear, producir y realizar proyectos de radio creativos para comunicar información noticiosa relevante, de interés colectivo y público. Mediante el uso de estrategias, géneros y formatos que permitan innovadores procesos de tratamiento, en profundidad, de la información y la suficiente interactividad con las audiencias.

Relación de la asignatura con el perfil de egreso de la carrera

<p>Perfil de egreso de la carrera: carrera de Periodismo tendrán las siguientes competencias:</p> <ul style="list-style-type: none">- Amplia cultura general y dominio de los conceptos teóricos de la carrera, con los que entenderá, analizará, contextualizará y comunicará los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros.- Dominio de las técnicas del discurso periodístico y del manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que le permitan desempeñarse con solvencia en los ámbitos de los medios de comunicación.- Formulación, gestión y ejecución de proyectos de investigación y vinculación con la comunidad en las áreas de la comunicación social, en respuesta a las demandas de la sociedad.- Diseño, desarrollo y evaluación de productos comunicativos.- Formación del pensamiento crítico para la comprensión del contexto histórico-social, político, cultural y económico de la realidad nacional e internacional.- Ejecución de sus responsabilidades en las áreas de competencia, con un elevado sentido ético.	<p>Aporte: Alto 3</p>	<p>El estudiante debe poder hacer:</p> <ul style="list-style-type: none">.- Conoce los antecedentes de la producción de radio, los formatos (hablados y musicales), determinación de audiencias específicas..- Caracteriza el rol del productor de radio. Como alguien que manipula los sonidos para crear efectos o comunicar mensajes..- Incorporar en los programas radiales contenidos educativos y los promociona con los públicos. Genera una identificación gráfica de la estación..- Genera una nueva cultura de construcción de valores en la realización de programas para radio..- Describe los pasos del proceso de producción radial para públicos objetivos específicos..- Conoce los elementos de
--	----------------------------------	---

		<p>producción de radio. Música, desempeño vocal, tiempo, ritmo.</p> <p>.- Determina los medios idóneos para ser radiodifundidas las realizaciones radiales por medios tradicionales o plataformas digitales emergentes, para públicos destinatarios objetivos, específicos y cuantificables.</p>
--	--	--

Relación de los resultados con sus indicadores y la evaluación

Resultados	Indicadores	Evaluación
.- Conoce los antecedentes de la producción de radio, los formatos (hablados y musicales), determinación de audiencias específicas.	Radio hablada y musical. Caracterización del perfil del productor, como alguien que manipula los sonidos para generar efectos o comunicar mensajes.	Rúbrica para control de lectura previa.
.- Caracteriza el rol del productor de radio. Como alguien que manipula los sonidos para crear efectos o comunicar mensajes.	Describe los equipamientos mínimos de una estación de producción de radio. Formula contenidos educativos de acuerdo a dos elementales categorías: formales y no formales.	Diagrama y utiliza de manera mínima los equipamientos de una cabina de radio: micrófonos, consola. Evidencia la incorporación de contenidos educativos y de promoción de valores en sus realizaciones.
.- Genera una nueva cultura de construcción de valores en la realización de programas para radio.	Conoce los valores y los practica. Jerarquiza los valores en intrínsecos y utilitarios. Relaciona los valores con actividades cotidianas.	Verifica que los valores estén presentes en las realizaciones de radio.

.- Describe los pasos del proceso de producción radial.	Cumple los pasos de preproducción, producción y postproducción en radio.	Las realizaciones de radio siguen una planificación previa centrada en los pasos de la producción
.- Determina los medios idóneos para ser radiodifundidas las realizaciones radiales por medios tradicionales o plataformas digitales emergentes.	Determina un proyecto para la difusión de las realizaciones: en programas y series.	Gestiona o genera los medios de comunicación que resulten más idóneos para la difusión de sus realizaciones.

NÚMERO DE SESIONES, CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Nº de sesiones	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
64	<p><i>Desagregar los contenidos en unidades temáticas, detallando aquellos conocimientos, habilidades y actitudes que requieren ser aprendidos.</i></p> <p><i>Es importante planificar en función de la flexibilidad requerida, tomando en consideración las limitaciones que se puedan presentar a lo largo del ciclo (resultados de diagnóstico, ritmos de aprendizaje, estilos de aprendizaje, etc.).</i></p> <p><i>Distribuir las unidades en función del tiempo, de tal manera que se garantice la conclusión satisfactoria del programa.</i></p>	<p><i>Se recomienda usar estrategias de aprendizaje activo, constructivo, cooperativo, autónomo, etc.</i></p>
4 Sesiones	<p>Producción de radio: fundamentos generales.- manipulación de sonidos; identificación de audiencias específicas. Los programas y formatos de radio El rol del productor de radio</p>	<p>Lectura previa- Ejercicios prácticos Trabajo en grupos de producción.</p>
4 sesiones	<p>Equipamiento de una estación de producción La consola, los micrófonos y un programa de edición de audio. Reproductores de CD y DVD. Dispositivos de grabación y reproducción. Micrófonos y sonidos.</p>	<p>Observación y participación en sitio.</p>
8 Sesiones	<p>Edición electrónica: fundamentos de la edición, cortar, editar, marcar puntos de edición.</p>	<p>Trabajos y actividades prácticos</p>

8 sesiones	Producción de programas grabados: definición de los tiempos de un programa en vivo. Diseño de un estudio de producción. Tratamiento de los sonidos en los estudios de producción. Técnicas para un adecuado desempeño en vivo.	Talleres y prácticas bajo determinaciones de elementos en rúbrica.
8	Utilidades de las computadoras en la producción radiofónica Los efectos como elementos de producción.	Talleres prácticos.
8	El drama y los elementos dramáticos en la producción radiofónica: acción, diálogo, trama, principio parte media y final; conflicto, suspenso, exposición. Elementos dramáticos en la producción de noticieros	Talleres de realización, trabajo de grupos.
8	Producción de comerciales: elementos de la publicidad en radio.	Actividades Prácticas, trabajo de grupos
8	Producción de noticias: recopilación de noticias, redacción de noticias, armado de noticias. Manual para redacción de noticias en radio.	Redacción periodística actividades prácticas
8	Producción remota y deportiva Producción avanzada Producción y programación	Lecturas y exposiciones trabajo prácticos.

CRITERIOS PARA LA ACREDITACIÓN DE LA ASIGNATURA

Actividades	Valoración
<i>El primer y segundo aportes tienen una valoración de 50 puntos, resultado de una evaluación cumplida a lo largo del proceso.</i>	Primer aporte: Control de lectura en base a rúbrica y cuestionario para la primera Unidad. 5 puntos.
<i>El examen interciclo se evalúa con 20 puntos.</i>	Rúbrica para evaluar la propuesta de relato para radio. 10 puntos.
<i>El examen final, con 30 puntos.</i>	Rúbrica para evaluar diálogos 10.
	Cuestionario para examen interciclo 20 puntos.
	Rúbrica para control de entrega de trabajo grupal:5

	<p><i>Rúbrica para proyectos de promoción y difusión de realizaciones: 10 puntos.</i></p> <p><i>Rúbrica para evaluar tratamiento informativo y de formatos, programas, series, radio dramas y radionovelas: 10 puntos.</i></p> <hr/> <p><i>Cuestionario para trabajo y examen final. 30 puntos</i></p>
--	--

RECURSOS O MEDIOS PARA EL APRENDIZAJE

Textos, presentaciones electrónicas, papelotes. Laboratorio de radio.

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	CengageLearning	
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	
Cebrian Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	
Cohen, Daniel y Pereyra, Martha	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	
Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	

Documentos de internet: registrar de acuerdo a la norma APA.



Universidad de Guayaquil

<http://repositorio.ucsq.edu.ec/bitstream/123456789/406/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-7.pdf>

Mgt. Wilson Gárate Andrade
DOCENTE

Mgt. Hugo Humala Rojas

DIRECTOR DE CARRERA

Cuenca, 2 de septiembre de 2015

ANEXO F



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

PERÍODO ACADÉMICO: Septiembre 2015- febrero de 2016

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:
Radio educativa y ciudadana

CÓDIGO:

8650

CARRERA	Ciencias de la Comunicación
CICLO	IX
EJE DE FORMACIÓN	<i>Humanística, <u>profesional</u>, básica, optativa o libre elección.</i>

NÚMERO DE CRÉDITOS DE LA
ASIGNATURA

4

TEÓRICAS	
PRÁCTICAS	
TEÓRICO-PRÁCTICAS	4
TOTAL	4

PROFESOR(A):

Perfil del Docente. Breve descripción sobre:

- *Estudios de pregrado y postgrado.*
- *Wilson Gárate Andrade. Licenciado en Ciencias de la Información, por la Universidad de Cuenca. Magister en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación por la Universidad de Cuenca y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO*
- *Experiencia relevante, relacionada con la asignatura que está a su cargo:*

- *Profesor de las asignaturas Teorías e Investigación de la Comunicación Social, desde 2007. En las universidades: Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca.*
- *Director, coordinador del Grupo de Investigación de la carrera de Ciencias de Comunicación, de la Universidad de Cuenca.*
- *Profesor invitado para dictar módulos de Diseño de Investigación en Comunicación para cursos de graduación en las dos Universidades.*
- *Profesor de Radio On Line, Radio Educativa y Ciudadana; Géneros y Formatos de radio; Producción de Radio.*
- *Director de Radio Universitaria.*
Miembro del Directorio de la Red de Radios Universitarias del Ecuador, RRUE.
- *Representante a la coordinación del III Encuentro de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe. Encuentro RRULAC. Buenos Aires 2015.*

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

- *Ubicar en el eje de formación.*
- *Radio Educativa y Ciudadana se trata de una asignatura concebida como el resultado del compromiso de desempeño que debe guardar el comunicador social – periodista- con su entorno inmediato.*
- *Esa proximidad de participación con sus audiencias se desarrolla como consecuencia de la aplicación de una serie de estrategias de aproximación y compromiso del comunicador con amplios sectores de audiencias ubicados e identificados en sus ciudades y barrios.*
- *Intenta que el periodista advierta de manera directa su responsabilidad con las audiencias y trabaje con ellas las temáticas que contribuyan a generar impactos derivados de una adecuada producción y realización de contenidos compartidos por grupos sociales y culturales (barriales, comunitarios, urbanos).*
- *Breve descripción sobre el fundamento de la asignatura.*
- *Comprende el alcance de los conceptos de educación en sus acepciones de: formación regular, adquisición progresiva de conocimientos elementales; y, también todas las posibilidades de la formación no formal, complementaria, y, la construcción de valores. También reflexiona en el concepto de ciudadanía y participación activa de los intereses individuales y de organización cívica y comunitaria.*

PRE-REQUISITOS		CO-REQUISITOS	
Asignatura	Código	Asignatura	Código
Géneros y formatos de radio	8638 correspondiente.		
Planificación y	8607		

<i>proyectos en los medios</i>		
<i>Formatos de comunicación digital</i>	8640	
<i>Producción radial</i>	10087	

OBJETIVO(S) DE LA ASIGNATURA:

- *Pensar y proyectar la elaboración de propuestas de realización radial mediante trabajos colaborativos, interactivos y participativos, en directa coordinación con la ciudadanía.*

RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA

<p><i>Perfil de egreso:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Amplia cultura general y dominio de los conceptos teóricos de la carrera, con los que entenderá, analizará, contextualizará y comunicará los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros. - Dominio de las técnicas del discurso periodístico y del manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que le permitan desempeñarse con solvencia en los ámbitos de los medios de comunicación. - Formulación, 	<p>Resultados o logros de aprendizaje de la asignatura:</p> <p><i>¿Qué conocimientos, habilidades y actitudes debe tener el estudiante para demostrar el cumplimiento del logro?</i></p> <p>Conoce y conceptualiza los términos: educación y ciudadanía; también los conceptos que se han aplicado a los medios con estas propuestas de innovación de contenidos dirigidos los sectores populares con economías deprimidas y falta de oportunidades.</p> <p>Elabora, produce y realiza programas alternativos y crea medios de comunicación radiales dirigidos a las comunidades para ser radiodifundidos en medios o espacios alternativos y emergentes.</p> <p>Establece las características que identifican y particularizan la misión de las radios educativas y ciudadanas.</p> <p>Elabora programas en contextos comunitarios (populares, barriales).</p> <p>Planifica trabajos colaborativos, creativos e innovadores con aplicación práctica, en contextos reales.</p> <p>Genera una nueva cultura de formación de ciudadanía y valores de respeto a los derechos y</p>
---	---

<p>gestión y ejecución de proyectos de investigación y vinculación con la comunidad en las áreas de la comunicación social, en respuesta a las demandas de la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none">- Diseño, desarrollo y evaluación de productos comunicativos.- Formación del pensamiento crítico para la comprensión del contexto histórico social, político, cultural y económico de la realidad nacional e internacional.- Ejecución de sus responsabilidades en las áreas de competencia, con un elevado sentido ético.	<p>principios humanos fundamentales.</p>
--	--

Relación de los resultados con sus indicadores y la evaluación
--

Resultados	Indicadores	Evaluación
Conoce y conceptualiza los términos: educación y ciudadanía; también los conceptos que se han aplicado a los medios con estas propuestas de innovación de contenidos dirigidos los sectores populares con economías	Conceptualiza los términos en la relación que se establece entre educación y ciudadanía.	Rúbrica y cuestionario de control de lecturas. -Cuestionarios - Lista de cotejo.

deprimidas y falta de oportunidades.		
Elabora, produce y realiza programas alternativos y crea medios de comunicación radiales dirigidos a las comunidades para ser radiodifundidos en medios o espacios alternativos y emergentes.	Idea, produce y realiza propuestas de radio en términos de trabajos colaborativos con vínculos con sectores populares, comunitarios, barriales.	Rúbrica para control de parámetros de realización popular, comunitaria, cívica y ciudadana.
Establece las características que identifican y particularizan la misión de las radios educativas y ciudadanas.	Esquemas, diseños, planes de propuestas de trabajo con programas y series de radio comunitaria.	Rúbrica de control de producción y realización.
Elabora programas en contextos comunitarios (populares, barriales). Planifica trabajos colaborativos, creativos e innovadores con aplicación práctica, en contextos reales.	Trabajos colaborativos, participativos, interactivos.	Rúbrica de control
Genera una nueva cultura de formación de ciudadanía y valores de respeto a los derechos y principios humanos fundamentales.	Incluye en sus propuestas recursos educativos, de construcción de ciudadanía.	Rúbrica de control de uso de valores y principios.

NÚMERO DE SESIONES, CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Nº de sesiones	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
4	Conceptos de radio educativa y ciudadana.	Lectura previa
4	La radio comprometida con sectores comunitarios, populares barriales.	Lectura previa
4	Propuestas de realización radial con los contenidos forjadores de educación y ciudadanía.	Trabajo individual y en parejas.
4	Formas del relato radial: primera, segunda y tercera persona.	Trabajos individuales: ejercicios prácticos.
4	Relatos de ficción y documental Los recursos informativos Las posibilidades innovadoras de la radio.	Trabajo de parejas y de grupos
4	Los recursos literarios cuentan: la estructura del cuento: argumento, nudo y desenlace. Inicio, desarrollo y final.	Ejercicios individuales, en parejas y en grupos
8	Historias para radio: la definición de los personajes. Estructura con protagonistas, conflictos, elementos sorpresivos, ayudantes o asistentes.	Trabajos de grupos
16	Los formatos: series, radioteatro, radio dramas, radio novelas.	Trabajo de grupos.

CRITERIOS PARA LA ACREDITACIÓN DE LA ASIGNATURA

Actividades	Valoración
<i>El primer y segundo aportes tienen una valoración de 50 puntos, resultado de una evaluación cumplida a lo largo del proceso.</i>	Primer aporte: Control de lectura en base a rúbrica y cuestionario para la primera Unidad. 5 puntos.
<i>El examen interciclo se evalúa con 20 puntos.</i>	Rúbrica para evaluar la propuesta de relato para radio. 10 puntos.
<i>El examen final, con 30 puntos.</i>	Rúbrica para evaluar diálogos 10.
	Cuestionario para

	<i>examen interciclo 20 puntos.</i> <i>Rúbrica para control de entrega de trabajo grupal:5</i> <i>Rúbrica para proyectos de promoción y difusión de realizaciones: 10 puntos.</i> <i>Rúbrica para evaluar series, radio dramas y radionovelas: 10 puntos.</i> <i>Cuestionario para trabajo y examen final. 30 puntos</i>
--	--

RECURSOS O MEDIOS PARA EL APRENDIZAJE

Pizarra, textos de consulta, aula de audiovisuales, material audiovisual, laboratorio de radio, computadores, grabadoras, internet.

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Ander-Egg, Ezequiel	2015	La ciudad educadora: Como forma del fortalecimiento de la democracia y de una ciudadanía activa y convivencial.	Brujas	300.18 SI
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	300.18 SI
Cebrián Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	300.18 SI
Cohen, Daniel y Pereyra, Martha	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	300.18 SI



Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	300.18 SI
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	CengageLearning	300.18 SI

Documentos de internet: registrar de acuerdo a la norma APA.
http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Claudia Villamayor y Ernesto Lamas/ FES AMARC. 1998
http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/radios-populares-construccion-ciudadania/radios-populares-construccion-ciudadania.pdf Las radios populares en la construcción de ciudadanía: Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia. Carlos A. Camacho Azurduy

Mgt. Wilson Gárate Andrade
Docente
Hugo Humala Rojas
Director de Carrera

Cuenca, 2 de septiembre de 2015

ANEXO G

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SILABO

ASIGNATURA	RADIO ON LINE
CÓDIGO	10078
DOCENTE	Mst. Wilson Gárate Andrade
PERIODO	MARZO – JULIO DE 2015

INFORMACIÓN GENERAL:

FACULTAD	FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
NOMBRE DE LA ASIGNATURA	RADIO ON LINE
CÓDIGO	10078
CARRERA	COMUNICACIÓN SOCIAL
CICLO	MARZO- JULIO DE 2015
EJE DE FORMACIÓN	BÁSICA

DATOS INFORMATIVOS DE LA ASIGNATURA:

PLAN DE CARRERA	PERIODISMO
CRÉDITOS SEMANALES	4
MODALIDAD	PRESENCIAL

ASIGNATURA:

LOGROS DEL PERFIL DE EGRESO A LOS QUE LA ASIGNATURA TRIBUTA:

- El estudiante de la Carrera de Comunicación Social, con énfasis en su formación en Periodismo y Comunicación Digital analiza, describe y enuncia orientaciones generales sobre el entorno de internet, su escenario y sus aplicaciones.
- Comprende que la Radio On line, en el nuevo escenario de internet es un elemento más de toda una plataforma de realización audiovisual. En la que el audio es un complemento del texto, la fotografía y el video.
- Conoce que las realizaciones y producciones para el entorno internet requieren de narrativas audiovisuales creativas e innovadoras.
- Comprende y fomenta realizaciones bajo la modalidad de trabajos colaborativos y en equipos de realizadores con distintas habilidades y destrezas de manejo y uso de internet, sus herramientas y aplicaciones.
- Indaga, busca y motiva la participación colaborativa de las audiencias, mediante aproximaciones programadas y deliberadas, con públicos cada vez más jóvenes.

PREREQUISITOS Y CO-REQUISITOS

Radio On Line, al ser una asignatura operativa y práctica exige de los estudiantes de periodismo previos conocimientos básicos de los fundamentos de la comunicación, la historia y sentido de la radiodifusión y de la cultura en la cual se forma y está inmersa. Del surgimiento y desarrollo de la radio como medio de comunicación de masas. Como toda actividad operativa y práctica tiene un soporte conceptual y teórico. Así que serán aliados los contenidos de Teorías e Investigación de la Comunicación, la Formulación de Proyectos en los Medios, los emprendimientos e innovaciones; y las ciencias de la Sociología, Etnografía, Antropología y Psicología como ciencias sociales todas aplicadas a la Comunicación y a la Información.

RELACIÓN DE LOS OBJETIVOS CON EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA

- Describir el escenario actual de la radio, analizar y enunciar las orientaciones generales sobre el entorno de internet y sus aplicaciones.
- Comprender el medio radio en línea, considerando el nuevo escenario de internet en el que el elemento audio es uno más de toda una plataforma de realización audiovisual que trabaja sus contenidos con texto, fotografía y el video.
- Conocer que las realizaciones y producciones diseñadas para el entorno internet requieren de narrativas audiovisuales creativas e innovadoras.
- Comprender y fomentar que sus realizaciones audiovisuales y discursos textuales serán solo posibles bajo la modalidad de trabajos colaborativos y en equipos de trabajo con distintas habilidades y destrezas de manejo y uso de internet, sus herramientas y aplicaciones.
- Indagar, buscar y motivar la participación colaborativa de audiencias, mediante aproximaciones programadas y deliberadas, con públicos cada vez más jóvenes.
- Generar la disciplina del trabajo diario en la actualización periódica y continua de contenidos pertinentes, oportunos e inteligentes. Con interés para los realizadores y relevantes para las audiencias.

PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El profesional egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Cuenca posee una sólida formación humanística, científica y técnica que le permite comprender, analizar e interpretar los procesos comunicativos contemporáneos del contexto

mundial, nacional y local; además de tener una capacidad creativa, ética personal y profesional, conciencia social y un espíritu emprendedor y productivo.

El Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital, de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca contará con toda la formación académica para cumplir funciones como: periodista, redactor, editor, jefe de redacción, coordinador de medios, director. Facilitador, gestor, consultor en procesos y proyectos creativos, innovadores de su propia empresa de consultorías o de servicios para el mejoramiento y desarrollo de las comunicaciones en los medios emergentes, en el entorno de internet.

RELACIÓN DE LOS OBJETIVOS CON LOS INDICADORES

- Describir el escenario actual de la radio, analizar y enunciar las orientaciones generales sobre el entorno de internet y sus aplicaciones.	El estudiante conceptualiza la comunicación social, la información, los medios de comunicación. Su constitución histórica, desde una mirada analítica y crítica. Ubica el surgimiento de internet y las posibilidades emergentes, sus herramientas y aplicaciones.
- Comprender el medio radio en línea, considerando el nuevo escenario de internet en el que el elemento audio es uno más de toda una plataforma de realización audiovisual que trabaja sus contenidos con texto, fotografía y el video.	El estudiante describe el nuevo escenario de internet y organiza explicaciones sobre la ubicación del audio como complemento de plataformas en las cuales se complementan con textos, fotografías, videos, animaciones.
- Conocer que las realizaciones y producciones diseñadas para el entorno internet requieren de narrativas audiovisuales creativas e innovadoras.	Diagrama el estudiante las posibilidades de narración audiovisual con recursos creativos e innovadores.
- Comprender y fomentar que sus realizaciones audiovisuales y discursos textuales serán solo posibles bajo la modalidad	Aprovecha las posibilidades que brindan los trabajos en equipo con habilidades para el desarrollo de programas y planes de realización y

de trabajos colaborativos y en equipos de trabajo con distintas habilidades y destrezas de manejo y uso de internet, sus herramientas y aplicaciones.	producción colaborativos.
- Indagar, buscar y motivar la participación colaborativa de audiencias, mediante aproximaciones programadas y deliberadas, con públicos cada vez más jóvenes.	Planifica estrategias de vinculaciones directas con las audiencias para encontrar y evidenciar con ellas colaboraciones concretas tanto en objetivos y contenidos de producción.
- Generar la disciplina del trabajo diario en la actualización periódica y continua de contenidos pertinentes, oportunos e inteligentes. Con interés para los realizadores y relevantes para las audiencias.	Disciplina sus actividades para desarrollar las producciones de programas y proyectos que le brinden desempeño periódico y cotidiano. Con una permanencia en la radio.

PLAN DE ASIGNATURA:

MARZO:	<p>FUNDAMENTOS Y CONCEPTUALIZACIÓN:</p> <p>1.- Conceptualizaciones de la Comunicación y la cultura: el estudiante hace búsquedas de internet y desarrolla los conceptos que ubican a la Comunicación y la cultura como generadores de sentido.</p> <p>2.- Debate el término información en relación con la ficción en el marco de los intereses de controles y regulaciones. El papel actual de la radio difusión académica universitaria en la relación: entretenimiento y educación.</p> <p>3.- Práctica: Despierta la creatividad con posibilidades imaginativas, emotivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cobertura en medios digitales de Encuentro de Educación - Cobertura de Encuentro de Arquitectura - Taller de formación en la Unidad Educativa Amadeo Maldonado Vásquez. Caspicorral- Quingeo.
--------	---

ABRIL:	<p>REALIZACIÓN AUDIOVISUAL</p> <p>4.- El estudiante se familiariza con la redacción para radio: y complementa sus narraciones con fotografías y videos.</p> <p>5.- Recorre los géneros periodísticos y los adapta a la realización para radio. Crea nuevas posibilidades de narración con estrategias didácticas.</p> <p>6.- Práctica: aprende a adaptar los contenidos a un guión con los recursos de texto, palabras, musicalización y sonidos.</p> <p>- Programa el cumplimiento del proyecto de periodismo comunitario en la Unidad Educativa Amadeo Maldonado Vásquez.</p>
MAYO	<p>GRUPOS COLABORATIVOS:</p> <p>7.- Los grupos colaborativos ya constituidos emprenden de manera periódica, continua y profesional sus programas en Radio Universitaria.</p> <p>8.- En las propuestas se debe ya evidenciar los trabajos colaborativos y con participación de las audiencias.</p> <p>9.- Se estructuran los talleres de redacción, fotografía y video para la Unidad Educativa Amadeo Maldonado Vásquez.</p>
JUNIO	<p>10.- Los programas que son resultado de trabajos colaborativos, con participación de audiencias son compartidos en la Red de Radios Universitarias del Ecuador RRUE.</p> <p>11.- Se emprende la fase de evaluación de resultados del trabajo emprendido con la Unidad Educativa Amadeo Maldonado Vásquez.</p>
JULIO	EVALUACIÓN

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE: RECURSOS DIDÁCTICOS, MEDIOS

- Trabajo individual. Lectura previa, controles de lectura, búsquedas de internet
- Trabajo de parejas. Análisis y descripción de casos, discusión; simulación de roles: Editor- redactor.
- Trabajo de grupos: programaciones, mapas conceptuales, diagramas exposiciones.
- Talleres de realización: cada semana una actividad diferente, con recursos imaginativos, creativos, innovadores.
- Labor en redes sociales. Trabajo individual, Grupo de Facebook; actividad en Twitter. Subida de trabajos y colocar aportes en trabajos de los compañeros.

ACREDITACIÓN DE LA ASIGNATURA:

EXAMEN BIMENSUAL	20	
I APORTE	25	
	CON. LECTURA	5
	TRABAJO EN CLASE	5
	TRABAJO EN GRUPO	5
	SUSTENTACIÓN	5
	REDES SOCIALES	5
II APORTE	25	
	CON. LECTURA	5
	TRABAJO EN CLASE	5
	TRABAJO EN GRUPO	5
	SUSTENTACIÓN	5
	REDES SOCIALES	5
EXAMEN FINAL	30	

RECURSOS Y BIBLIOGRAFÍA:

Buscadores de internet: consulta de conceptos, definiciones.

Bibliografía:

AUTOR	AÑO	TITULO	EDITORIAL	Código de Biblioteca
Quinteros, y Rivera, José	2012	Las 100 claves de la radio en línea/ Luces para un nuevo escenario radiofónico.	CIESPAL	
Cebrian Herreros, Mariano	1999	La Radio en Internet/ De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil	La Crujía	
Cohen, Daniel y Pereyra,	2010	Lenguajes de la radio	Brujas	

Martha				
Holgado, Andrea	2012	Radio itinerante/Radio en la escuela y la comunidad	La Crujía	
Hausman, Carl, Messere, Fritz y otros	2011	Producción moderna de radio/ Producción, programación y ejecución.	Cengage Learning	

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS:

.....

.....

.....

.....

.....

Elaborado y revisado por: Mgt. Wilson Gárate Andrade
Fecha: 1 de MARZO de 2015.

ANEXO H

DOCUMENTAL RADIOFONICO



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

PERÍODO ACADÉMICO: Marzo – Agosto 2016

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:		CÓDIGO:	10088
DOCUMENTAL RADIAL			
CARRERA	Comunicación Social		
CICLO	Séptimo		
EJE DE FORMACIÓN	Profesional		

NÚMERO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA	5
-------------------------------------	---

TEÓRICAS	1
PRÁCTICAS	1
TEÓRICO-PRÁCTICAS	3
TOTAL	5

PROFESOR:

Mgt. Francisco Córdova Idrovo	
Email: francisco.cordova@ucuenca.edu.ec	Celular: 0999886757
<ul style="list-style-type: none"> • Magister en Comunicación Corporativa • Especialista en Imagen Corporativa • Licenciado en Ciencias de la Información y de la Comunicación Social 	
Cursos en:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ "Metodología de la investigación educativa y producción científica" 	

1

- o Adobe Audition CS6
- o Photoshop CS6 Avanzado
- o "Aulas Virtuales y portafolio digital"
- o "Plan curricular para la carrera de Comunicación Social"
- o "Aprendizaje mediado por TICs"
- o "Nuevas aplicaciones de internet para comunicadores sociales"
- o "Elaboración de Syllabos en concordancia con el nuevo modelo institucional"

Trabajos desempeñados:

Catedrático de la Universidad de Cuenca: Marzo de 2015 – Hasta la fecha
 Director de RRPP del GAD Municipal de Paute: Julio de 2014 – Marzo 2015
 Catedrático de la Universidad Católica de Cuenca, Sede Azogues, Carrera de Comunicación Social: Septiembre 19 de 2011-Mayo 2014
 Concejal de Biblián: Julio 31 de 2009 – Octubre de 2013
 Unidad de Comunicación Secretaría Nacional del Migrante SENAMI – Quito: Mayo - diciembre 2008

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

Hablar de comunicación, es hablar de interacción, de compartir significados y eso significa crearlos, compartirlos, recibirlos, de tal forma que el receptor sea capaz de percibir un significado semejante al que existe en la mente del comunicante o emisor. Todo esto será posible con la asignatura "Documental Radial" nos permite generar con los estudiantes, productos comunicacionales que nos llevarán a mostrar diversas situaciones sobre un tema determinado, fusionando la imaginación y la creatividad del productor con la parte cognitiva, para que se pueda entender el contexto o la historia que en ella se narra.

PRE-REQUISITOS		CO-REQUISITOS	
Asignatura	Código	Asignatura	Código

OBJETIVO(S) DE LA ASIGNATURA:

Aproximar a los estudiantes hacia el conocimiento y estudio teórico práctico de la producción radial, basado en dominio de las estrategias de la pre producción, producción y posproducción de documentales radiofónicos

RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA

Perfil de egreso:	Resultados o logros de aprendizaje de la asignatura:
<p><i>Al finalizar el ciclo, el estudiante de la carrera de Periodismo y comunicación digital estará capacitado para:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejercer una amplia cultura general y dominio de los conceptos teóricos de la carrera, con los que entenderá, analizará, contextualizará y comunicará los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros. - Dominio de las técnicas del discurso periodístico y del manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que le permitan desempeñarse con solvencia en los ámbitos de los medios de comunicación. - Formulación, gestión y ejecución de proyectos de investigación y vinculación con la comunidad en las áreas de la comunicación social, en respuesta a las demandas de la sociedad. - Diseño, desarrollo y evaluación de productos comunicativos. - Formación del pensamiento crítico para la comprensión del contexto histórico social, político, cultural y económico de la realidad nacional e internacional. - Ejecución de sus responsabilidades en las áreas de competencia, con un elevado sentido ético. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprende la importancia de la radio como medio de comunicación masiva para facilitar la participación democrática en el rescate, valoración y puesta en vigencia de la diversidad cultural. - Identifica los elementos que intervienen en el proceso de preproducción, producción y posproducción del documental radial - Utiliza de manera adecuada las herramientas que le ofrece la comunicación y los medios tecnológicos para la realización de productos comunicacionales de radio.

RESULTADOS O LOGROS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA	INDICADORES	SITUACIONES DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Comprende la importancia de la radio como medio de comunicación masiva para facilitar la participación democrática en el rescate, valoración y puesta en vigencia de la diversidad cultural. 	<p>Analiza y evalúa la importancia de la radio en la sociedad actual como un medio de participación democrática para rescatar, valorar y respetar nuestra diversidad intercultural y plurinacional</p>	<p>Reconoce la función que cumple la radio en la sociedad y la importancia de la producción radial.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Identifica los elementos que intervienen en el proceso de preproducción, producción y posproducción del documental radial 	<p>Reconoce en la pre producción, la producción y la pos producción como pasos fundamentales para lograr un buen producto comunicacional radial</p>	<p>Diseña propuestas de producción documental radial en equipo y de manera individual.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Utiliza de manera adecuada las herramientas que le ofrece la comunicación y los medios tecnológicos para la realización de productos comunicacionales de radio. 	<p>Utiliza las herramientas adecuadas para la realización del documental radial</p>	<p>Elabora productos comunicacionales basados en la línea del documental radial.</p>

NÚMERO DE SESIONES, CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

No. DE SESIÓN	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
16	UNIDAD 1 LA RADIO EN NUESTRA VIDA 1.1. El contexto, la sociedad y los medios 1.2. ¿Para qué escuchamos radio? 1.3. Características de la Radio 1.4. El lenguaje radiofónico 1.5. Formatos radiofónicos: El testimonio radial 1.6. La Narrativa Radiofónica 1.7. El oficio de contar historias 1.8. Las narrativas radiofónicas 1.9. Los elementos de la narración	- Lectura de textos. - Control de lectura. - Exposiciones. - Tareas individuales y de grupo
14	UNIDAD 2 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO 2.1. La Palabra 2.1.1. Funciones de la Palabra 2.1.2. Recomendaciones para el uso de la palabra 2.2. La música 2.2.1. Funciones de la música 2.2.2. Recomendaciones para el uso de la música 2.3. Los efectos sonoros 2.3.1. Funciones de los efectos sonoros 2.3.2. Recomendaciones para el uso de los efectos sonoros 2.4. El Silencio 2.4.1. Funciones del silencio 2.4.2. Recomendaciones para el uso del silencio 2.5. La combinación de los elementos del lenguaje radiofónico	- Lectura de textos. - Control de lectura. - Exposiciones. - Tareas individuales y de grupo

10	UNIDAD 3 EL GUION PARA RADIO. CREATIVIDAD Y EXPRESIÓN 3.1. El guion radiofónico 3.2. Principios básicos en la elaboración del guion 3.3. Tipos de guion según la información que contienen 3.3.1. El guion literario 3.3.2. El guion técnico 3.3.3. El guion técnico-literario 3.4. Tipos de guion según su morfología 3.4.1. Guion americano 3.4.2. Guion europeo 3.5. Los planos sonoros	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de textos. - Exposiciones. - Tareas individuales y de grupo - Creación de medios sociales - Realización de un documental radiofónico (trabajo grupal)
20	UNIDAD 4 EL DOCUMENTAL RADIOFÓNICO 4.1 Tipos de documental 4.1.1 Documental narrativo 4.1.2 Documental dramatizado 4.1.3 Documental sonoro 4.2 Descripción del documental radiofónico 4.3 El proceso de elaboración del documental 4.3.1 De donde partir 4.3.2 El tema 4.3.3 La investigación 4.3.4 El estilo 4.3.5 La redacción del guion 4.3.6 Edición de entrevistas, grabación y montaje del documental	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de textos. - Exposiciones. - Tareas individuales y de grupo
20	UNIDAD 5 EL DOCUMENTAL RADIOFÓNICO EN LA ERA DIGITAL 5.1. La radio en la era digital 5.2. Ventajas para la audiencia 5.3. La hibridación entre el periodismo y el arte 5.4. Glosario de términos 5.5. De la teoría a la práctica 5.6. Producción del documental radiofónico 5.6.1. Ejecución 5.6.2. Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de textos. - Exposiciones. - Tareas individuales y de grupo - Trabajo práctico, propuesta de un documental radiofónico (trabajo individual)

CRITERIOS PARA LA ACREDITACIÓN DE LA ASIGNATURA

Actividad	Valoración
<i>Actividades: Trabajos, ensayos, presentaciones</i>	25
<i>Examen Inter ciclo</i>	20
<i>Examen Final</i>	30
<i>Trabajo práctico</i>	25
TOTAL	100

RECURSOS O MEDIOS PARA EL APRENDIZAJE

- *Los estudiantes dispondrán de textos guía que se les proporcionará al inicio del ciclo.*
- *Se dispondrá de presentaciones digitales, textos de lectura y análisis.*
- *Internet y herramientas tecnológicas.*
- *Estudio de casos*

TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

AUTOR	TÍTULO	CÓDIGO	AÑO DE PUBLI-CACIÓN	EDITORIAL
PÉREZ, Gladys	El documental radial	070.194 67586	1992	Ciespal
TUBUA, Daniel	El guion del siglo 21: el futuro de la narrativa en el mundo digital	791.437 112854	2011	Alba

LABRADA, Jerónimo	El sentido del sonido: la expresión sonora en el medio audiovisual	778.534 4 112857	2009	Alba
MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar	Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa	Primera	2005	EUNSA
BERDASCO Ganceda, Yolanda	Comunicación Radiofónica	Primera	2014	CEF

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

https://www.academia.edu/11903804/El_documental_radiof%C3%B3nico_-_Susana_Fevrier

http://www.ivoox.com/secretos-enterrados-buda-audios-mp3_rf_10985613_1.html

[file:///D:/Documentos/Downloads/1229-4965-1-SM%20\(1\).pdf](file:///D:/Documentos/Downloads/1229-4965-1-SM%20(1).pdf)

[http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/1713/MEMORIA%20COLECTIVA%20Y%20DOCUMENTAL%20RADIOF%C3%93NICO\(final%2011%20agosto\).pdf?sequence=1](http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/1713/MEMORIA%20COLECTIVA%20Y%20DOCUMENTAL%20RADIOF%C3%93NICO(final%2011%20agosto).pdf?sequence=1)

<http://titoballesteros.blogspot.com/2011/07/el-documental-de-radio.html>

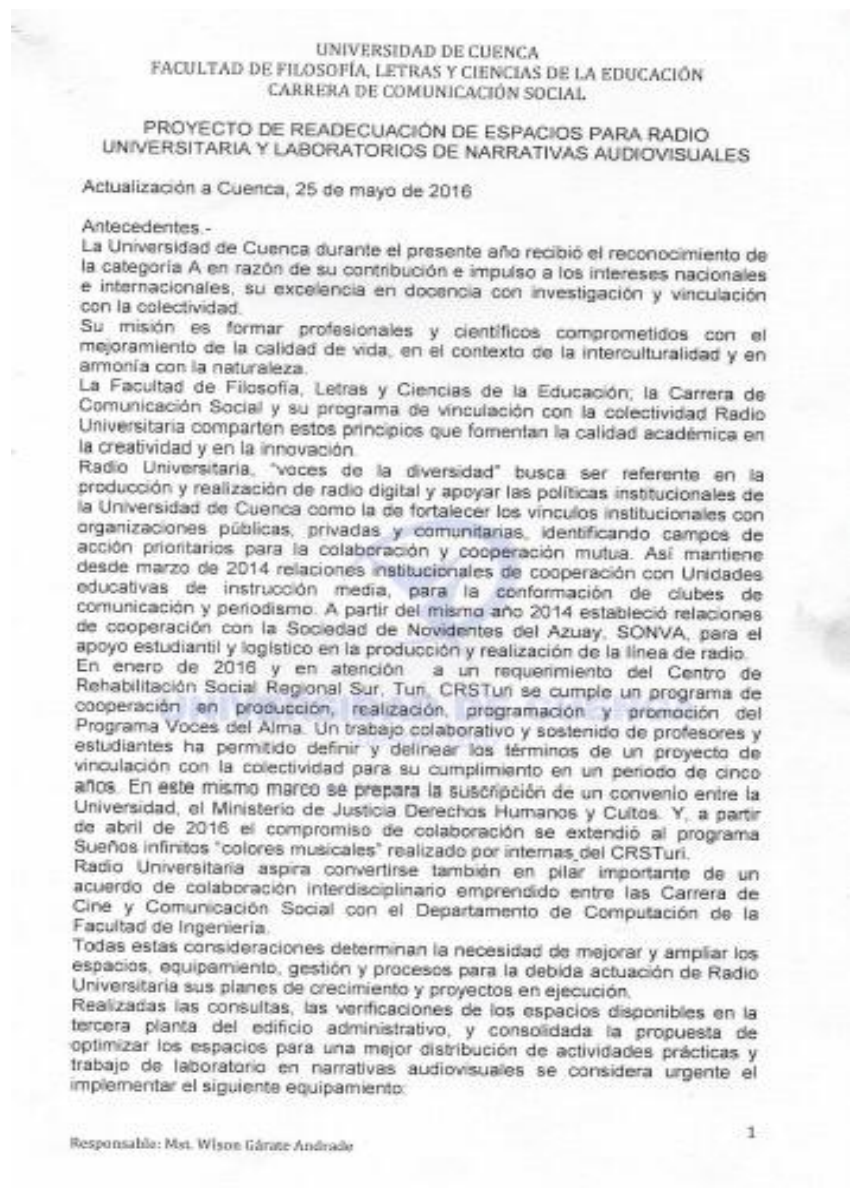
Cuenca, marzo 8 de 2016

Mgt. Francisco Córdova Idrovo
DOCENTE

Mgt. Hugo Humala Rojas
DIRECTOR DE LA CARRERA

ANEXO I

PROYECTO DE READECUACIÓN DE ESPACIOS DE RADIO UNIVERSITARIA Y LABORATORIOS DE NARRATIVAS AUDIOVISUALES



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Consola digital Behringer XR18
Monitor de estudio JBL LSR305
Micrófono de condensador Shure KSM313
Pedestal de micrófono Hércules MS432B
Anti pop Samson PS01
Sub bajo de estudio JBL LSR310
Audífono profesional Shure SRH840
Amplificador de audífonos Samson S Phone 4
Audífono de estudio Samson SR850
Toma de audífonos estéreo de 4mt
Cable de audio para monitor de 2mt
Cable de audio para sub bajo de 2mt
Cable de micrófono balanceado de 4mt
Cable para amplificador de audífonos de 2mt

Objetivos del proyecto.-

Readecuar los espacios físicos para el funcionamiento del laboratorio de narrativas audiovisuales y la cabina de Radio Universitaria.

Descripción del proyecto.-

El proyecto contempla las siguientes adecuaciones y tareas:

- Provisión de una Consola digital Behringer XR18.
- Adquisición de un Monitor de estudio JBL LSR305
- Compra de: Micrófono de condensador Shure KSM313
 - Pedestal de micrófono Hércules MS432B
 - Anti pop Samson PS01
 - Sub bajo de estudio JBL LSR310
 - Audífono profesional Shure SRH840
 - Amplificador de audífonos Samson S Phone 4
 - Audífono de estudio Samson SR850
 - Toma de audífonos estéreo de 4mt
 - Cable de audio para monitor de 2mt
 - Cable de audio para sub bajo de 2mt
 - Cable de micrófono balanceado de 4mt
 - Cable para amplificador de audífonos de 2mt

Adecuaciones físicas de tres espacios: sala de producción, sala de locución para el laboratorio de narrativas audiovisuales; adecuación e insonorización de la cabina de locución; y, adecuación, insonorización y equipamiento de la cabina de Radio Universitaria.

Eliminación física de la puerta de acceso del pasillo principal y apertura de un ingreso lateral para facilitar tráfico de personas y evitar contaminación de ruido.

Si bien los costos totales del proyecto se ajustan al presupuesto aprobado por la Facultad de Filosofía, para los años 2014 y ratificado en 2015, para el equipamiento de laboratorio para narrativas audiovisuales- Carrera de Comunicación Social de: 16.250,00 dólares; y que ha sido aplazado por la imposibilidad de Compras Públicas para agilizar los trámites. Ahora se sugiere

2

Responsable: Mst. Wilson Gárate Andrade

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

que los pagos se realicen por facturas parciales que cubran el valor máximo asignable por compras de ínfima cuantía hasta completar el rubro destinado para el proyecto. Para el efecto se ha pensado en un equipamiento progresivo de las instalaciones requeridas.

Se adjunta copia de proforma:

Julio Andrés Tapia Espinoza

Cliente: Universidad de Cuenca

PROFORMA 0001521

Fecha: 09 de mayo del 2016

Condiciones de pago: 50% anticipo y 50% al entregar la instalación

EQUIPOS DE AUDIO PARA EL ESTUDIO DE GRABACIÓN

PRODUCTO	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Consola digital Behringer XR18	1	1184,50	1184,50
Monitor de estudio JBL LSR305	2	248,51	497,02
Micrófono de condensador Shure KSM313	1	1751,91	1751,91
Pedestal de micrófono Hércules MS432B	1	40,25	40,25
Anti pop Samson P501	1	28,75	28,75
Sub bajo de estudio JBL LSR310	1	554,30	554,30
Audífono profesional Shure SRH840	1	818,36	818,36
Amplificador de audífonos Samson S.Phone 4	1	381,80	381,80
Audífono de estudio Samson SRB50	4	80,50	322,00
Toma de audífonos estéreo de 4mt	4	28,75	115,00
Cable de audio para monitor de 2mt	2	17,25	34,50
Cable de audio para sub bajo de 2mt	1	17,25	17,25
Cable de micrófono balanceado de 4mt	1	24,15	24,15
Cable para amplificador de audífonos de 2mt	1	16,10	16,10

Sub Total	5785,89
+IVA	694,31
TOTAL	6480,20

- Si el valor del IVA cambia, nos acogeremos a este nuevo porcentaje.

Atentamente,

Responsable: Mst. Wilson Gárate Andrade

3

ANEXO J

PLAN DE RADIO DEL MGT. WILSON GÁRATE ANDRADE Y DOCUMENTO VIGENTE EN LA RADIO UNIVERSITARIA

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE RADIO UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD DE CUENCA

NOMBRE DEL PROYECTO: Dirección de Radio Universitaria y coordinación de programación

Coordinador: Mst. Wilson Gárate Andrade
Organizaciones participantes: Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación; Escuela de Comunicación Social.

Localización: Universidad de Cuenca, Avenida 12 de Abril y Avenida Loja, Facultad de Filosofía.

Duración: cinco años
Costo aproximado: Presupuesto de la Facultad

Descripción: El presente proyecto para la dirección y coordinación de programación de Radio Universitaria, procura la continuidad de funcionamiento de la estación de radio virtual y su proyección para adquirir una señal abierta en las frecuencias de AM y FM. Para el efecto se adecuarán los espacios para la administración y funcionamiento de una cabina de producción y emisión de programas.

Objetivo del proyecto: Desarrollar los procesos administrativos adecuados para brindar continuidad a la realización y producción de programas regulares, cotidianos y permanentes en Radio Universitaria.

Objetivos específicos:
Definición de los procesos administrativos, normativas y regulaciones para el buen funcionamiento de la Radio Universitaria.
Adecuar los espacios para la producción, realización y emisión de la programación regular.

Promover de manera preeminente tres ejes de desarrollo universitarios: la producción científico- técnica; cultural; y, académico –docente.

Resultados esperados: La adecuación de los espacios confortables y adecuados para la producción de programas, realización y difusión de Radio Universitaria. La organización de los procesos administrativos pertinentes a una muy buena organización interna, flexible, horizontal, de colaboración. La promoción y difusión de información que contribuya al crecimiento y desarrollo de una Universidad comprometida con la formación de profesionales de excelencia, a la investigación permanente en todos los niveles- desde la formativa a la generativa de nuevo conocimiento. A la promoción permanente de las manifestaciones culturales en la diversidad de rasgos y particularidades; y, el acompañamiento próximo a la labor académica y docente de todas las Facultades, Escuelas, Departamentos y otras instancias educativas que constituyen la Primera y Superior Casa de Estudios de la región Sur del país.

1

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Recursos:

Espacio físico y mobiliario
Equipos para la realización, producción y difusión de la programación
Talentos Humanos: director, operador, coordinadores de áreas:
Profesores y estudiantes

BENEFICIARIOS:

Profesores y estudiantes universitarios
Personal administrativo y de apoyo de la Universidad de Cuenca
Colectividad en general

FIN: Una radio Universitaria con una programación propiciadora del acompañamiento al desarrollo científico, tecnológico y académico de la Universidad de Cuenca en su conjunto; de las múltiples ofertas de formación profesional y docente de sus Facultades y Escuelas, y propiciadora de la difusión cultural de la región.

PROPÓSITO: Constituirse en el inmediato plazo en un medio de realización profesional, técnico y científico de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, en general, y en particular en el espacio propiciador de los derechos de acceso a la información para otros actores entusiasmados por el ejercicio de las amplias libertades de expresión.

MISIÓN:

La oferta de un medio y sus espacios comprometidos al acompañamientos a la generación de nuevos conocimientos de la ciencia y la técnica, su organización y difusión. A la formación de profesionales de excelencia y la promoción de la cultura en todas sus manifestaciones.

VISIÓN:

Una radio forjada y amparada en el principio de la libre expresión; en la divulgación profesional de la generación de la ciencia y la tecnología; propiciadora de una nueva pedagogía y estrategias didácticas de cambio permanente; cercana y amena para audiencias críticas, colaborativas y participativas.

Slogan:

Radio Universitaria: Investigación, docencia y cultura en Cuenca y la Región
Los colores y sonidos del Austro

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO UNIVERSITARIA

Programación de lunes a viernes

HORA	NOMBRE DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

5:00	EL color de los Andes	Música nacional	Programador
5:45	Un programa de noticias. La voz de la radio	Informativo	Presentadores y equipo de apoyo
8:45	Una programación deportiva de deportes.	Información deportiva	Presentadores de deportes. Entrevistas.
10:00	Programa de entrevistas	Profesional de la salud	Entrevistador y equipo de apoyo
11:00	Solo música	Música variada y en español	Presentador
12:00	La voz de la Radio	De preferencia información local	Presentadores y equipo de apoyo.
13:00	Solo música		
14:00	La programación estudiantil	Programas propuestos por los estudiantes. Los que ya están posicionados y los que emerjan.	Propuestas de los estudiantes. Siempre con dos presentadores. Dos voces.
21:30	La voz de la radio		
22:00	Música de actualidad.	Variada, juvenil	
00:00	Redes de noctámbulos	Hablar de los chats y conversaciones de los grupos de noctámbulos y música juvenil.	Presentador
02:00	Música variada	Música de todos los géneros	Programador

Reseña de programas:

- Programa: La voz de la radio:
- Segmento de información, sobre temas de la coyuntura e interés ciudadano. Se presentará en el informativo la voz de la radio.
- En las informaciones se ponga en evidencia el uso de los géneros.
- Realización: Wilson Gárate Andrade
- Contacto: wilson.garate@ucuenca.edu.ec
- Programa: Con perfil de especialista.
- Programa de entrevistas sobre el perfil profesional y resultados de aprendizaje en la formación de las distintas ofertas educativas de la Universidad.
- Incluir un dramatizado, para describir la problemática de la que los especialistas o expertos hablen.

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- Realizador: Wilson Gárate Andrade
- Contacto: wilson.garate@ucuenca.edu.ec

Tanto en programas de noticias en general, como de los deportes deben trabajar en géneros: noticia, entrevista, reportaje, crónica, documental.

LOS PROCESOS

DIRECCIÓN: Mst. Wilson Gárate Andrade

CONSEJO DE PRODUCCIÓN:

Wilson Gárate, Sonia Castro, Ximena Becerra Bermeo, Jéssica Pesántez, Johnny Parra.

Operador técnico: Carlos Morales Berrezueta.

PRODUCCIÓN EN RADIO UNIVERSITARIA.

La radio universitaria debe ser un espacio de realización, de producción de programas.

Necesitamos el soporte de una página web en la cual estén disponibles los programas y accesibles con enlaces.

Por el momento no debemos apresurarnos en colocar una parrilla de programación, pues no se trata de una radio tradicional, convencional.

Podemos establecer un plan para la producción, primero; luego, para la promoción de esos programas.

Podemos juntar los trabajos en una revista semanal...

Pensar la radio en el sitio digital...

Al menos dos reuniones semanales: Mar 3-4 miércoles de 16:00 a 18:00, viernes de 10:00 a 12:00.

Toda actividad con registro documental y audiovisual-

Dos charlas semanales sobre temas relacionados con la producción de radio digital. Cada integrante del equipo preparará una lectura y exposición de un tema.

Creación de un archivo documental sonoro. Todo trabajo debe estar respaldado por texto y audio. Fechado para el archivo. Realización y emisión.

Todo emprendimiento de documentación debe contar con archivo sonoro y visual.

Nada se emitirá sin una campaña previa de promoción suficiente.

Los formatos se decidirán una vez que se presente el proyecto y se obtengan los primeros resultados de realización.

ANEXO K

MANUAL DE USO DE LOS LABORATORIOS Y CABINAS DE RADIO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



MANUAL DE USO DE LOS LABORATORIOS DE AUDIOVISUALES Y PRESTACION DE EQUIPOS

USO DE LABORATORIOS:

Docentes:

- 1.- Al ingresar a los Laboratorios tanto para clases como para prácticas de los estudiantes, el profesor asume la responsabilidad de los Laboratorios y su equipamiento.
- 2.- El docente solicitará el uso de los laboratorios con 48 horas de anticipación al Administrador de Recursos Educativos, indicando sus necesidades en cuanto a equipos, horario y de ser el caso nombre de los estudiantes que usarán los Laboratorios. El horario está supeditado a la disponibilidad de los mismos.
- 3.- El docente deberá ingresar al Laboratorio antes que los estudiantes, y permanecerá en el hasta el final de la clase o práctica y se responsabilizará de dejar el aula cerrada, chequeada y sin estudiantes.
- 4.- Cualquier inconveniente deberá ser comunicado inmediatamente al Administrador de Recursos Educativos.
- 5.- No se permite fumar, ingerir alimentos, tomar líquidos, usar "chats" públicos, conectar o desconectar los equipos. Tampoco está permitido instalar software sin autorización.
- 6.- El docente debe vigilar que se utilice únicamente el material audiovisual relativo a su asignatura.
- 7.- Si el docente permite el ingreso de personas ajenas a su curso, se hace responsable de cualquier pérdida o deterioro que pudjese ocasionar en los laboratorios.
- 8.- Con el fin de precautelar los ordenadores, el docente deberá indicar a sus estudiantes que desinfecten sus unidades de almacenamiento con el antivirus instalado en todas las computadoras. El profesor se hace responsable del buen uso y conservación de los equipos.

Estudiantes:

- 9.- Para tener derecho al uso de los Laboratorios de Televisión, Audio y Video, el usuario-estudiante debe tener:
 - a) Autorización por escrito del profesor correspondiente.



b) El respectivo documento cuyo formato se ajusta al préstamo de equipos y laboratorios que deberá ser solicitado en la Coordinación Técnica y llenado con todos los requerimientos que necesite con 48 horas de anticipación.

c) Carné vigente que lo acredite como estudiante de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

10.- Se permitirá el acceso máximo a tres usuarios por isla de edición.

11.- Ningún usuario podrá utilizar software de juegos y programas no autorizados.

12.- El estudiante debe acatar la asignación de tiempo de uso del laboratorio, según la disponibilidad de equipos y cargas de trabajo. Si el usuario desea más tiempo, este se podrá autorizar de acuerdo a la oferta de las instalaciones en ese momento.

13.- El software disponible es propiedad de la Universidad, quedando estrictamente prohibida su reproducción, salvo los que sean freeware.

14.- No se permitirá la entrada a usuarios a las áreas restringidas de los Laboratorios de Televisión, Audio y Video, sin autorización previa.

15.- Por ningún motivo el usuario podrá alterar el funcionamiento normal del equipo, así como intentar repararlo en caso de falla. En este último caso se deberá reportar inmediatamente la situación al Administrador de Recursos Educativos.

16.- En ningún caso podrán estar estudiantes en los Laboratorios de Televisión, Audio y Video si no se encuentra el encargado o docente del curso o sino cuentan con la respectiva autorización del Administrador de Recursos Educativos.

17.- En caso de comprobarse daño del equipo sea este intencional o por mal uso por parte del usuario, deberá responder en la forma que determinen las autoridades respectivas (reparación o reposición), previo informe dirigido por el Administrador de Recursos Educativos.

PRESTACION DE EQUIPOS

18.- La prestación de equipos estará bajo la responsabilidad del Administrador de Recursos Educativos.

19.- Los equipos se prestarán únicamente con la autorización del profesor de la materia correspondiente. Para efectivizar la prestación de los equipos, el profesor conjuntamente con los alumnos que realizarán la práctica, deberán obligatoriamente llenar y firmar la correspondiente solicitud y serán corresponsables.

20.- Los equipos deberán ser devueltos a las dependencias respectivas del Departamento de Audiovisuales el mismo día de su préstamo. Excepcionalmente el profesor solicitará por escrito al Director de la Carrera de Comunicación Social, la necesidad de que los equipos sean devueltos al día siguiente o la utilización en fines de semana.

21.- La devolución de los equipos será supervisada por el Administrador de Recursos Educativos, quien de ser necesario emitirá un informe.



22.- Las prácticas contarán siempre con la presencia del docente respectivo o del Administrador de Recursos Educativos.

23.- En caso de pérdida o uso inadecuado del equipo, el docente presentará un informe precisando responsabilidades. De no ser así, el docente asumirá la responsabilidad. El o los responsables se someterán a las disposiciones de las autoridades pertinentes.

24.- Previo al asentamiento de las notas al final de cada ciclo, el estudiante deberá haber cumplido con todas las normas de uso y prestación de equipos. El Administrador de Recursos Educativos de ser necesario comunicará al Decanato de la Facultad cualquier irregularidad.

Cuenca, noviembre de 2012

LA DECANA

ANEXO L

PROTOCOLO PARA INGRESAR A LOS PROGRAMAS DE RADIO DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL TURI

PROTOCOLO PARA EL INGRESO A LOS PROGRAMAS DE RADIO Y UTILIZACIÓN DE LAS CABINAS EN LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL DEL ECUADOR ENERO-2016

Considerando

Que, el artículo 26 de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce a la educación como un derecho que las personas lo ejercen a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el Buen Vivir. Las personas, familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Que, el artículo 51 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que las personas privadas de libertad tienen derecho a contar con los recursos humanos y materiales necesarios para garantizar la salud integral en los centros de privación de libertad; y, a la atención de sus necesidades educativas, laborales, productivas, culturales, alimenticias y recreativas.

Que, el artículo 201 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que el sistema de rehabilitación social tendrá como finalidad la rehabilitación integral de las personas sentenciadas penalmente para reinsertarlas en la sociedad, así como la protección de las personas privadas de libertad y la garantía de sus derechos. El sistema tendrá como prioridad el desarrollo de las capacidades de las personas sentenciadas penalmente para ejercer sus derechos y cumplir sus responsabilidades al recuperar la libertad.

Que, el artículo 203 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que en los Centros de Rehabilitación Social y en los de detención provisional se promoverán y ejecutarán planes educativos, de capacitación laboral, de producción agrícola, artesanal, industrial o cualquier otra forma ocupacional, de salud mental y física, y de cultura y recreación.

Que, el artículo 78, de las Reglas Mínimas para el Tratamiento de los Reclusos de la ONU, establece que para el bienestar físico y mental de los reclusos se organizarán actividades recreativas y culturales en todos los establecimientos.

Que, los principios y buenas prácticas de las personas privadas de libertad en las Américas en el Principio XIII establece que las personas privadas de libertad tendrán derecho a la educación, la cual será accesible para todas las personas, sin discriminación alguna, y tomará en cuenta la diversidad cultural y sus necesidades especiales.

Que, será importante el desarrollo de actividades culturales y artísticas, como opción de vida o proyección y representación de su actual situación. Respecto a la cultura física se pretende realizar un trabajo con el cuerpo para prevenir el desgaste que puede sufrir en privación de libertad, es también el trabajo en el reconocimiento de la importancia del cuidado del cuerpo y del ejercicio como forma sana de vivir.

Que, El Nuevo Modelo de Gestión Penitenciaria implementado por el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos busca "ofrecer un espacio multidisciplinario que contribuya a la rehabilitación y reinserción social de las personas privadas de libertad mediante la educación, el arte, cultura física, actividades laborales, crecimiento personal, construcción de un plan de vida, seguridad penitenciaria y la aplicación del sistema progresivo en el marco del respeto a los derechos humanos y cumplimiento de sus obligaciones.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES OBJETIVOS DEL PROTOCOLO

Art.1.- Regularizar y normar el ingreso de las personas privadas de libertad a los programas de radio y a la utilización de las cabinas de los centros de rehabilitación social del Ecuador, para lograr el desarrollo normal y el éxito de estos proyectos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en práctica el pleno derecho que poseen las personas privadas de libertad a ser parte de los procesos de rehabilitación y reinserción social desarrollados por el Gobierno Nacional, por medio del Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos.
- Instaurar una cultura de paz y no violencia entre las personas privadas de libertad, fin de conseguir una convivencia desarrollada en el marco del respeto irrestricto a las diferencias culturales y sociales de las y los internos.
- Desarrollar de las capacidades manuales e intelectuales de las y los privados de libertad del país, a través de la realización y producción de los programas de radio.
- Contribuir al desarrollo integral, autónomo, sostenible e independiente de las personas privadas de libertad para garantizar la plena realización individual, y la realización colectiva en el marco del buen vivir o sumak kawsay.
- Establecer la manera de utilización de las cabinas de radio existentes en los centros de Rehabilitación Social del país.

- Determinar los requisitos que deben cumplir las personas privadas de libertad que deseen ser parte del proyecto de programas de radio en los Centro de Privación de Libertad que lleva adelante el Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos.
- Cumplir de los objetivos del nuevo modelo de rehabilitación, referente al desarrollo de planes y programas de rehabilitación y reinserción social de los y las personas privadas de libertad del Ecuador.

DE LAS PERSONAS PRIVADAS DE LIBERTAD ASPIRANTES A SER PARTE DE LOS PROGRAMAS DE RADIO EN LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL

Art. 3.-Las personas privadas de libertad que deseen ser parte del proyecto programas de radio en los centros de privación de libertad, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar una carta motivación, indicando el interés de ser parte del equipo a la máxima autoridad del Centro Penitenciario.
- Haber cursado hasta, por lo menos, el primer año de bachillerato o estar cursando uno de los ciclos de educación formal avanzada dentro del Centro Penitenciario.
- Presentar un documento válido que certifique su grado de educación.
- Tener sentencia ejecutoriada.
- Haber mantenido un buen comportamiento en los últimos seis meses de privación de libertad. Esto deberá ser comprobado con un informe del departamento de diagnóstico del Centro Penitenciario.
- No tener más de dos partes por indisciplina durante todo el tiempo que esté cumpliendo su sentencia.
- Firmar un acta en el cual se comprometa a cumplir con el reglamento interno de trabajo en la producción del programa de radio.
- Sujetarse al plan de capacitación ideado por el Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos e instituciones que colaboran en este proyecto.
- Asistir a una entrevista con la coordinadora de la radio y con la líder del área educativa para valorar sus capacidades.
- Someterse a las pruebas de escritura, lectura, redacción, locución, improvisación y de voz en la cabina.

- Asistir puntualmente a las juntas semanales de grupo.
- Participar activamente en los planes y programas ideados para la programación radial.
- Asumir responsablemente el rol determinado por el grupo de productores radiales.

DE LA UTILIZACIÓN DE LAS CABINAS RADIALES EN LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL DEL ECUADOR.

Art. 4 Para lograr un efectivo mantenimiento de las cabinas radiales, así como del equipo que las componen se deberán tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- El manejo de las cabinas de radio y de los equipos es entera responsabilidad de los funcionarios de las áreas educativas o culturales, designados por la máxima autoridad de los centros penitenciarios.
- El funcionario de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio, junto a las o los integrantes del proyecto, deberá elegir a una coordinadora o coordinador del programa. Esto de entre las personas privadas de libertad que son parte de la radio.
- El o la coordinadora electa por el funcionario de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio y las o los integrantes del proyecto será la encargada de velar por el buen manejo y utilización de los equipos que conforman la cabina de radio.
- El funcionario de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio, junto a las o los integrantes del proyecto, deberá establecer un horario de utilización de las cabinas radiales, a fin de que se cumpla con la producción y postproducción de los programas radiales.
- Los horarios establecidos por el funcionario o funcionaria de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio y las o los integrantes del proyecto estarán dentro de los horarios destinados, por las autoridades del centro penitenciario, para la realización general de las actividades educativas, deportivas y culturales.
- Los horarios establecidos por el funcionario de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio y las o los integrantes del proyecto deberán otorgar el suficiente tiempo para que las y los privados de libertad que son parte del proyecto realicen una adecuada producción y postproducción, a fin de mantener y mejorar la calidad de los programas.

- Los horarios establecidos por el funcionario de las áreas educativas o culturales a cargo del manejo de las cabinas de radio y las o los integrantes del proyecto no deberán vulnerar los cánones mínimos de seguridad del centro de rehabilitación social.
- Los aparatos y equipos que conforman la cabina de radio deberán ser utilizados solo y únicamente por el personal a cargo y por las personas privadas de libertad que estén dentro del proyecto u otras que estén en programas similares de radiodifusión.
- Por ningún motivo los equipos radiales o aquellos instrumentos que conforman la cabina de radio serán utilizados por personas ajenas al proyecto.
- Las actividades desarrolladas para la realización de los programas, en cuanto a lo tecnológico, acceso a redes sociales y google, deberán ser controladas o vigiladas por él o la funcionaria de las áreas de educativo y cultural a cargo del proyecto. Esto a fin de que los y las personas privadas de libertad no hagan mal uso de estas herramientas.
- Los daños provocados por descuido o mala utilización de los equipos de las cabinas radiales serán asumidos por él o la funcionaria a cargo del proyecto, así como de las Personas Privadas de Libertad que hayan participado en los hechos y actos que hayan causado los daños.
- Para las Personas Privadas de Libertad, en el caso de que los hechos sean graves y su participación sea comprobada, deberá ser separado inmediatamente del proyecto. Además, el funcionarios responsable elevará un informe al Director del Centro Penitenciario y a la Coordinación Nacional, informe que se también se transformará en un parte que será tomado en cuenta a la hora de que aplique para cualquier tipo de beneficio. Elaborado por: BHS

ANEXO M

Listado de entrevistados.

Docentes de la Carrera de Comunicación Social

Mgt. Wilson Gárate Andrade

Mgt. Fernando Ortiz

Mgt. Hugo Guillermo Ríos

Mgt. Francisco Córdova

Estudiantes responsables de la Radio Universitaria

Sr. Henry Gutama

Sr. Raúl Sacta

Srta. Cristina Rojas

Estudiantes de quinto ciclo Radio On Line y séptimo ciclo Documental Radial.

SÉPTIMO CICLO DOCUMENTAL RADIAL

Andrés Martínez

Fernando Muñoz

Camila Castillo

Nicole Alvarado

Viviana Muñoz

Laura Martínez

Valeria Lopez

Paúl Galarza

Daniela Pinos

Andrés Correa

Ximena Hurtado

Juan Eras

Suany Murillo

Andrés Flores

Quinto Ciclo de Periodismo Radio On Line

Santiago Buestán

Carla León

Francisco Castro

Carlos Orden

Byron Narea

Edison Campoverde

Ana Cristina Rojas

Paul Alvarez

Johnny Zhañay

Damian Tenesaca

Lucía N.

Esteven Campoverde

Catalina Morales

Cristian Morocho

Julissa Terrero

Miguel Angel León

María Elisa Sanchez

Viviana (no pone apellido)

José Aucapiña

Freddy Zucozhañay

Sandra Barreto

Bryan Patricio Pillco

Lileth Tipán

Marcela Loja

Joanna Verdugo

Nelly Gomez

Jhonnatan Cambisaca

Victor Aucapiña